エンタテインメントはどこに行くのか

平成12年5月1日発行第7巻第5号通巻53号
http://www.microgroup.co.jp

隔月刊

ゲーム批評



なぜ、潰れるのか
プレイステーションをブッ壊せ！

2000 5月号
定価 780YEN

CONTENTS

隔月刊 ゲーム批評 2000 5月号 May

1 特集

「カズマデラックス」は筆者多忙により前回で終了させて頂きます。
長い間御愛読ありがとうございました。

Illustration/Kazuhiko Shimamoto
ArtDirection/STOL
CoverDesign/STOL



イラストレーション：島本和彦

マイクロソフトのゲーム業界参入はPS2の脅威となり得るのか

PS2を大いに意識して発表したと思われる「X-BOX」。このマイクロソフト側の思惑に対し、SCEI、国内のソフトメーカーや流通各社は何を思う。

PS2に対する最強の圧力ツール

その動静が注目されていたマイクロソフト（MS）の「X・BOX」が、来年秋にも発売されるという。3月上旬、MSが発表した。「X・BOX」は、描画能力が「PS2」の3倍以上にあたる毎秒3億ポリゴン。DVDソフト再生機能のほか、毎秒100メガビットのネットワーク接続をサポートするという。「ウィンドウズ95」を上回るマーケティング体制を敷き、先行する日本企業を追い上げるのだとか。さすがにビル・ゲイツ氏。力の入れ方は格別だ。

「X・BOX」は、順当にゆけば「PS2」のライバルになりかねない。国内のソフトメーカーも、こうしたMSの動きに歓迎の意向を示している。MSが、ライセンス料やマージンを戦略的に決定することは間違いない。SCEIに冷たくあしらわれている流通にとっても、「X・BOX」は歓迎されよう。

コナミの上月景正社長兼会長は、同機向けソフトを「どこよりも早く商品化する」と公言した。他の有力メーカーも含め、日本の人気ゲームソフトはMSにとっても関心の的である。SCEIとの間で、ソフトメーカーの囲い込み合戦が勃発する可能性がある。

しかし、懸念もある。実は、ソフトメーカーから以前にも同様の発言を聞いたことがあるためだ。

セガ・エンタープライゼスが「ドリームキャスト（DC）」を発売した際のパーティーで、多くのソフトメーカー首脳は今と全く同じ話をしていた。

もちろん、その気持ちはうそではなかっただろう。ただ、その後の現実は「SCEIだけにいい思いをさせたくない」というヤッカミを背景としたSCEIへの圧力行動に終始。若干の譲歩は得られたかも知れないが、アンチテーゼとしての勢力を育成するには至らなかった。

経験則に基づけば、MSはSCEIへの圧力ツールになる可能性を秘めている。普及台数がまだ少ない市場への導入当初は、ソフトメーカーの収入源にはなりにくいのだから……。

「（SCEI一人勝ちの）この状況を何とかしたい」（某社長）というソフトメーカーは多い。有力メーカーもそう思っている。ならば「X・BOX」を「PS2」と真っ向から戦えるまでに育てればいい。当初の力仕事を惜しまずに大作ソフトを投入するなどして。

両巨頭の対立は、将来的には待遇上のメリットをソフトメーカーにもたらすことうけあいだ。「優しかったSCEI」（同）は、任天堂と戦っていたではないか。

（青山博美）

PS2発売で激震する業界内外 ルールの変化は更に加速する

ついに発売となったPS2の盛り上がりは、ゲーム業界の枠組みを遥かに超えたものだった。これを静観するSCEIは、今後いかなる事業を展開するのか。

PS2初期出荷分発売日の状況は？

3月4日。ソニー・コンピュータエンタテインメント（SCEI）の次世代ゲーム機「プレイステーション（PS）2」が発売された。当日店頭売りを予定する東京・秋葉原の電器店には2日前から購入希望者が出現。3月3日時点の長い列は周知の通りだ。

後に72万台と発表された初回出荷分は、インターネットサイト「プレイステーション・ドットコム」を通じた通販と予約販売が大多数を占めたため「事故や混乱はなかった」（SCEI関係者）というのも頷ける。ソフトはハード以上に潤沢な供給状況だった。マスコミのとりあげ具合を含めた話題性も万全。「PS2」は、ほぼ完璧なスタートを切った。

発売時点で特徴的なのは、これまでの新ハードと違いソフトに牽引されていない点である。

ナムコの『リッジレーサーV』やコーエーの『決戦』、カプコンの『ストリートファイターEX3』といった大作ソフトはあったものの、これらソフトをプレイしたいがためにハードを購入したというファンは全体からすると少ないように思えた。

それほど、「はじめて投入される本物の情報家電だから」、あるいは「情報ステーションとしての機能面に購買意欲が喚起された」という購入者が混在している。同時に、「DVD（デジタル多用途ディスク）が見たいから」という層の多さにも驚かされた。確かに「DVDプレーヤーを買いたいのでPS2を待ちたい」という話はイヤというほど聞いた。この層が、計画通り「PS2」を手にしているのだろう。

こうしたニーズを見越し、DVDソフトメーカーは「PS2」特需をねらった増産体制に入っている。最大手級のワーナー・ホームビデオでは、映画タイトル『マトリックス』の発売日を1週間も前倒しした。当初60万本だった出荷予定本数も150万本に。DVDソフト史上最大のヒットを目指している。同業界では、軒並み市場規模が昨年の2～4倍以上になると予想されている。

現在70万台強と見られるDVDプレーヤーの普及台数は今後も伸びていくだろうが、これに「PS2」が今月だけで100万台、そ



の後も毎月最大50万台のペースで上乗せされる。DVDソフト市場が活気づくのも当然だろう。

これらDVDソフトメーカーの動きは、「PS2」との間で理想的なシナジー効果を生んでいる。かつてバンダイが展開した「ピピン」やセガの「DC」は、インターネット接続機能を売り物にした。「PS2」は、将来のネット対応を唄い、これにDVDを加えることで異質なブレイクをものにした。

コアユーザー先行とは異なるハード展開

幸先のよいスタートを切った「PS2」だが、ビジネスの面ではむしろこれからである。慣例に従い、SCEIはハードビジネスだけでは生計を立てられない。ソフト販売（コンテンツの流通）が増えてはじめて利益を得る。その点では、タダで配って通話料で儲ける携帯電話型のビジネスモデルが健在だ。となれば、当初の最重要課題はビジネスインフラとしての幅広いハード普及だろう。

ただし、その段取りは従来のゲーム機とは一線を画している。初回導入ではまずコアユーザーを獲得し、順次ライトユーザーに広げていく――という手法は「PS2」には当てはまらない。むしろ、ライトユーザーや非ゲームファンを含めた不特定層から冷静にビジネスを開始し、ある時点で熱狂的な層にアプローチするという戦略が思い浮かぶ。

この方が機会損失も少ない。また、ヘビーユーザーは、計画されている然るべき大作ソフトが発売されれば、おのずと取り込める。

すでにSCEIの製品群は、多くのソフトメーカーにとって唯一の収益源だ。いかなる大手メーカーも、「PS／PS2」向けのソフトを投入しなければ業績アップをなしえない。彼らの台所事情を考慮すれば「PS2」による現行のゲームファン獲得はわけない。

「PS2」でもう一つ特徴的なのは、これまでの新型ゲーム機を超えた絶大な知名度である。セガ・エンタープライゼスの「ドリームキャスト」に見られた大プロモーションがないにもかかわらず、大人から子供まで、その存在を知らない人はほとんどいない。

IT（情報技術）革命が進む中で、「その中核を担うかもしれないハード。単なるゲーム機ではない」（一般紙経済部記者）というとらえ方が、非ゲームファンのインテリ中高年層にまでとどろいた結果だろうか。

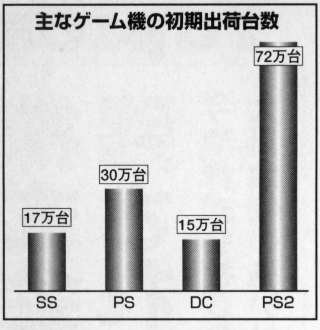
その一方で、SCEIやソニーは、同ハードに関する明確なビジョン、事業戦略をあまり公表していない。少なくとも、「DC」のような情報公開がなかった。周囲の憶測やもれ伝わる未確認情報、一般マスコミの大局的評価がゲーム機の範疇を超える絶大な知名度を作りあげた。発売当日にあたる4日のテレビやラジオも「PS2」の話題で持ちきりだった。同日夜、たまたま訪れたとある雪国のFMラジオも、店頭リポートやハードの将来性を特集で報じたほか、音楽番組、ニュース、バラエティー番組など、「PS2」に触れない番組はなかったほどだ。

「PS2」には、知的好奇心をくすぐる仕掛けが多い。例えば3月2日に「朝日新聞」が報じたゲームソフト配信構想。これなどは「デジタルをキーワードとした流通革命」にもつながる経済ニュースである。

しかし、その内容は実現可能な効率性と先進性、もしかするとソフトが安くなるかもしれないという期待感とは裏腹に、店頭で早朝から大イベントを支えた小売店にとって、ダウンロード販売の開始は残酷な知らせだったはず。

SCEIは、初回出荷72万台のうち60万台が小売店、12万台がネット上で販売されたとしている。一言いいたい小売店も多いのではないだろうか。

（青山博美）



＊順風満帆の滑り出しとなったPS2に思わぬトラブルが生じた。一部のPS2で、ゲームのデータやDVDプレイヤーのプログラムが、操作により一部消失するというトラブルが発生している。SCEIでは個々のメモリーカードに起因する個別不良としており、問題のあったPS2とメモリーカードを交換修理中。また著作権保護の視点からDVDプレイヤーとソフトにはリージョンコードと呼ばれる地域識別データが入っており、海外版のDVDソフト等が再生できない仕組みになっているが、PS2では特別な操作を行うことで、リージョンの制限が解除され、海外ソフトの一部が視聴可能になる問題も発生している。これに関してもSCEIでは早急に対応する模様だ。

株式会社CSKセガ事業部DC課
残された時間は決して大くはない…

今や株式会社CSKセガ事業部といった感のあるDCネット施策。大川会社の強いリーダーシップが組織を牽引しているのは確かだが…。

グループ展開による活路

セガ・エンタープライゼスが、巷の予想通りCSKとの資本関係強化に乗り出した。

新たに株式を発行し、その株を第三者に売却する第三者割当増資の実施を2月下旬に発表。4月上旬には約610億円だった資本金を同1116億円へと増資する。3600株の新株は、その半数（1800万株）をCSKが、残りの半分をセガやCSKの会長である大川功氏個人が取得する。

この結果、CSKのセガへの出資比率は19・0%から24・5%に、大川氏が2・0%から13・0%にそれぞれ拡大。両者で37・5%を保有することになる。

一方で、前社長である中山隼雄氏の出資比率は同3・0%から2・0%に、住友銀行、日本生命といった金融機関も軒並み比率を下げた。CSKと大川氏のセガに対する支配力は、最高潮に達した格好だ。と同時に、資本関係の強化は諸事業のグループ展開をも示唆している。もはやCSK、セガグループは、イサオや子会社を個々に眺める対象ではなくなったのかも知れない。

焦点はネット関連事業

増資に伴う新株は、発行価格が2816円（1株あたり）。今回の施策でセガは、約1000億円の資金を調達することになる。その狙いはなにか。

第一点は、転換社債償還の目処をつけること。同社には今年9月期限とした『借金』がある。この借金返済と運転資金確保に約447億円が充当される見通しだ。そして注目されるのが残り分。

計画では「光ファイバーアーケードセンター展開のための設備投資」に3年間で320億円、「モバイル機器対応コンテンツ等の研究開発費」には2年間で110億円、「グループ会社のネットワーク事業展開に関する投融資」には3年間で74億円、「ドリームキャストネットワーク対応機器の研究開発費にも2年間で約58億円を投じるとしている。3期連続の最終赤字。しかも赤字幅は前期の約333億円から今期は353億円（見通し）へと拡大する中でのネットワーク分野への巨額集中投資は、まさにセガの社運を賭けたプロジェクトとなる。

ある種の方針転換

一連のネット計画は「ドリームキャスト（DC）」事業が第2ステージに入ることを告げている。

セガの復活は、「セガサターン」から続くパッケージメディアに頼った展開ではなしえないことは明

白だ。だからこそ、当初から「ＤＣ」にはネットワーク接続をはじめとするいくつかの機能が標準装備されていた。

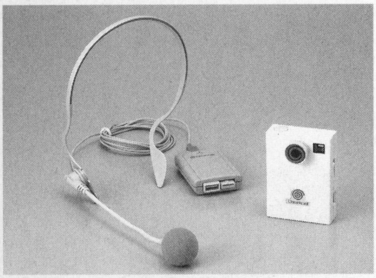
と同時に、ゲーム機の情報家電化という流れがいきつく先はネットワークである。「ＰＳ」を擁するソニー陣営、任天堂―松下電器産業陣営、マイクロソフトなどの外国勢も、インターネット上での事業展開を注視している。つまり、今後の主戦場はセガの狙い通りネットワークとなる公算が強い。となれば「ＰＳ２」がネット上に本格攻勢をかけるのは来年以降。セガには時間がない。敵が雪崩をうって攻め込む前に、足がかりをつくる必要がある。これはある種の『本土決戦』。ここで敗れると、セガの覇権を目指した戦略は完全に崩壊することになる。

展開は壮大な実験

増資会見に望んだ入交昭一郎・セガ社長は「従来のゲームソフトは飽きられている」と言明した。この現状に対する彼の回答が「ネットワークエンターテインメント王国」の構築である。

セガは現に、今回の増資によるこうした分野への投資に加え、具体的な事業展望を示した。例えば中核を担う「光ファイバーアーケードセンター」。

光ファイバーを使ったネットワーク環境の導入によって創造されるコミュニケーション性を重視した新しい遊びのコンテンツを従量課金方式で提供するという。ネット上で見知らぬ相手とゲームを楽しむというコンセプトは、かつて米国で流行ったビジネスモデル。わかりやすさと定額制接続の低価格化が追い風に働く。光ファイバーの利を活かしたリアリティーの高い演出が従来のネット対戦ゲームと一線を画したものならば活路も開けよう。ただし、この種のサービスがハードを牽引した例はこれまでなく、実際の効果はやってみなければわからない。


DCでネットを介してテレビ電話などが楽しめる「ドリームアイ」（6月発売予定）。対応ゲームも開発中とのこと。

セガは、「ＤＣ」の'99年度下期（'99年10月～２０００年３月）の国内販売を当初の１１０万台から60万台へと下方修正している。これは、'99年度末（３月末）の累計が２００万台程度にとどまったことを意味する。この数字なら「ＰＳ２」は今夏にも達成しかねない。累計端末数は、おのずと事業規模を規定する。ただ、現実性は疑問だが２００万人が加盟するネットサービスなら国内最大となるが…。ハード普及拡大の実現可否をセガはどう考えているのだろう。もし難しいと認識しているのなら、現実的にはパソコンをも含めた端末のマルチ化が指向されてもおかしくない。もちろん収益源はコンテンツだ。いずれの動きも、最重要分野がパッケージソフトからネットワークコンテンツに移行する様を示している。

「ゲーム屋の発想では乗りきれない」

これは大川功氏の、後に解消された「セガ、バンダイ合併会見」での発言。大川氏は、かねてよりネットワークを活用したビジネス展開の重要性を唱えてきた。ＤＣは、その戦略を担う中核ツールだ。しかし、財務体質の優れたＣＳＫとは裏腹に、アスキーやセガには経営上の課題が残されていた。ｅビジネスはまだ黎明期。目下は体力勝負の側面がある。グループを挙げた総攻撃を前に体制を整える必要があったのではないだろうか。アスキー、セガの資本強化を矢継ぎ早に行った大川氏。「ネットワークエンターテインメント王国」の建設には、彼の起業家としての執念が感じられる。

PROFILE
青山博美（あおやま・ひろみ）
1965年生まれ。'90年、日本工業新聞入社。電機、電子産業担当、整理記者などを経て'95年からエンターテイメント産業の担当に。'97年からはパチンコ、カラオケ産業ウォッチ。娯楽ビジネス基幹産業論を唱える異色の経済ジャーナリスト。

ションを



'94年の登場以降、時代を張り倒して市場の覇者となったプレイステーション。それはまた、任天堂が築き上げた業界の因襲が、激動し変化した5年間だった。

CD-ROMによるゲームソフトの定価販売とリピート重視の流通政策、ゲーム内容よりもイメージを重視し、従来とは一線を画した広告戦略。3Dポリゴンによる新しいゲーム性の創造。そしてライトユーザーという新しい購買層の創出……この変化こそが、プレイステーションだとも言える。

イラストレーション：中川悠京

プレイステーションをブッ壊せ!

——PS5年間の文化的意義を再検証する



しかし、変化は希望だけをもたらすとは限らない。その成功の陰で、多くの会社がルールの変化についていけず、次々に活動を休止していることもまた事実だ。

もちろん、その変化を批判することは意味がない。ゲームに限らず、懐古主義に陥った業界に未来はないからだ。時代の趨勢を鮮やかに切り取っていくことが、良質なエンターテイメントには不可欠だ。

だが、プレイステーション2が登場し、新しい時代のうねりを起こしつつあるこの時期に、改めてプレイステーションが引き起こした様々な変化について、整理することもまた重要だろう。

そこでこの特集では、プレイステーション・ムーブメントについて大きくゲームソフト、流通、広告の3つの面から解体し、検証し、再定義することに主眼を置いた。プレイステーションの功罪とは何なのだろうか。その変化は、ゲーム業界にどのような文化的意義をもたらしたのだろうか。

というわけで、我々は叫ぶ。プレイステーションをブッ壊せ！

なぜ潰れるのか……

PSの勝因とSCEI一人勝ちの構図

ＰＳの華やかな成功の陰で、中堅メーカーの倒産が続いている。ＰＳが引き起こした変化は、業界にどのような地殻変動を引き起こしたのか。

全世界と国内の市場の温度差

'94年末に発売され、現在までに国内1700百万台、全世界で7000万台を出荷し、名実共に市場の覇者となったプレイステーション（ＰＳ）。その成功の理由が、任天堂を中心に生まれた業界の因襲をうち砕き、新しいルールを作り上げたことにあることは、言うまでもないだろう。

それは、流通の刷新であり、広告展開の刷新であり、ゲームの刷新だった。その結果、テレビゲームの幅が広がり、新しくライトユーザーと呼ばれる市場が誕生した。

現在ＳＣＥＩは「ゲーム」という言葉を使わず、「コンピュータ・エンタテインメント」という言葉を用いている。この変化こそが、ＰＳを体現していると言っても過言ではない（表1）。

ただＰＳの成功、それはＳＣＥＩ一人勝ちの構図でもある。

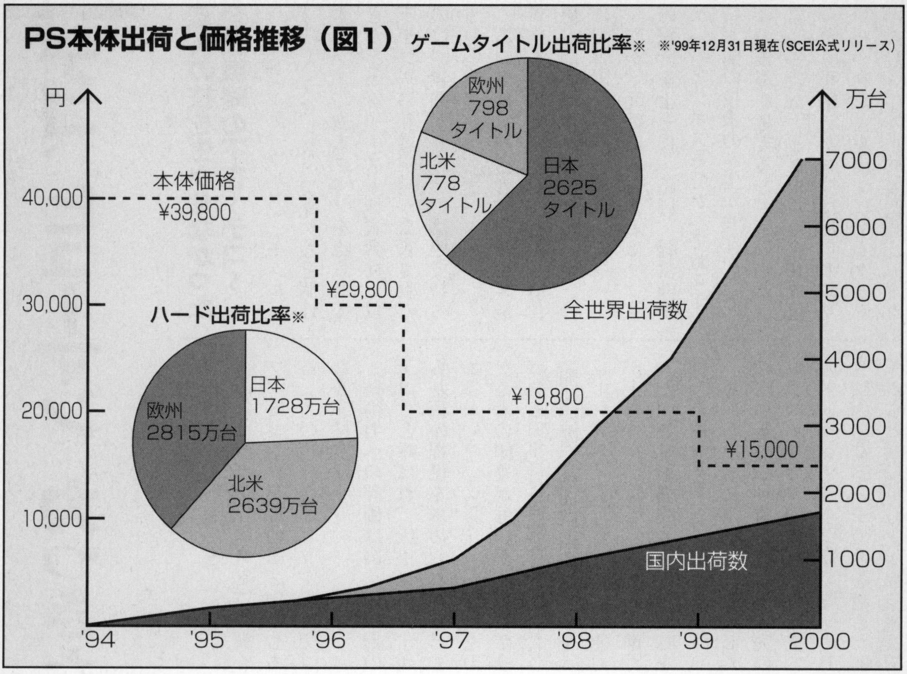
任天堂やセガと異なり、ＳＣＥＩは株式の市場公開をしていないので、同社の売上高を他社と比較するのは難しい。しかし、'97年度に売上高で5610億円と任天堂を抜き、業界第1位になったと推定される。'98年度にはＳＣＥＩを中心としたゲーム部門の営業利益が、エレクトロニクス部門を抜いて、ソニー全体でトップ。'99年3月には、ＳＣＥＩがソニーの100％子会社となり、ソニーの中核的存在となるまでに成長した。

この売上の柱となっているのが、ソフトを1枚生産する度、ソフトメーカーからＳＣＥＩに支払われるロイヤリティ収入。またコナミ等自社流通網を持つメーカー以外は、流通をＳＣＥＩに依存するため、ＳＣＥＩは流通マージンも収入源となる。このロイヤリティ＋流通マージンというビジネスモデルが、任天堂とは異なる点だ（任

PS以前、以後のルールの変化（表1）

PS以前	PS以後
●初心会流通による見込み発注とダンピング販売	●全国のSCEI正規契約店の発注を元にした生産枚数決定と定価販売
●カートリッジによる供給	●CD-ROMによる供給
●初回販売重視	●リピート販売重視
●2Dゲーム	●3Dゲーム
●ビデオゲーム文化	●コンピュータ・エンタテインメント文化
●ゲーム内容中心の広告	●ゲームがある生活の豊かさを提示する広告

読者のPSとの思い出は？　31号読者アンケートに寄せられたさまざまな思い出を一挙紹介！



天堂は流通業務は行っていない）。

また、'97年以降から本格的に立ち上がったPS海外市場の存在も大きい（図1）。国内と異なりソフトの販売本数は多くはないが、SCEI好調の一因となっていることは、間違いない。特に欧州がシェア1位となっている点に、過去のゲーム機にはない特徴がある。

しかし、国内のゲーム市場は'97年を境に減少に転じている（図2）。'99年度もPS2発表の余波でゲーム販売の不振が続いた。図3は'97年度と'98年度のPSアワードの推移を指数的に示したものだ（50万枚＝1）。300万枚売れたソフトと、50万枚規模のソフトへと市場が二極化する中で、全体では縮小傾向にあるのがわかる。

このように、世界規模で見ればゲーム市場は好調でも、こと国内に目を転じれば、踊り場を迎えている。その中で、中小のゲームメーカーがしわ寄せを受けている実状が浮かび上がる。

特に昨年末は、中堅と言われていたゲームメーカーが、次々に経営破綻を起こした時期だった。

PS年表

1993年
10月 第1回ライセンシーミーティング開催
11月 SCEI設立・ナムコ参入発表

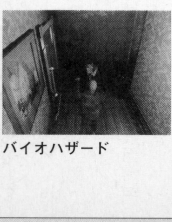
1994年
5月 名称「プレイステーション」に決定
12月 プレイステーション発売 『リッジレーサー』発売



リッジレーサー

1995年
11月 CESA設立

1996年
1月 『バイオハザード』発売



バイオハザード

2月 スクウェア参入発表
3月 ファイティングボックス発売

坊さんの修行中に実家に返る事を許された。修行に戻る前日にＰＳを買い、徹夜で『バイオハザード』をプレイ。「ゲームはここまで来たんだ…」と感動しつつも、結局クリアできずに修行に戻ることに。（北海道　斉藤章道）

デコ、ヒューマン　力つきた群雄の軌跡

職人の技を生かせなかった企業戦略の不在～デコ～

『ブラッディウルフ』『チェルノブ』『ヘラクレスの栄光』など個性派ソフトで玄人ファンを唸らせてきたデータイースト株式会社（以下デコ）の和議申請が公表されたのは、世間がPS2の話題で持ちきりの昨年12月の事だ。

この年は『神宮寺』シリーズ最新作をPSで発売し、変わらぬ作風がユーザーを喜ばせていただけに、唐突で残念な事態だった。

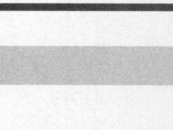
だが、元社員のAさんはファンの驚きをよそに「結局、経営陣がゲームビジネスを分かっておらず、持ち前の技術力を生かせなかった。今の市場を考えると、厳しいとは思っていた」とクールだ。10人足らずで発足した同社は'80年の『マンハッタン』を皮切りにアーケードでACG、STGを開発。『ヘラクレスの栄光』（FC）でコンシューマ市場も参入。ちなみに同作は、あの『ドラゴンクエスト』に続くファミコンRPGの第2作でもある（この辺りのエピソードもデコならではだ）。

技術力への評価は高く「技術のデコ」と呼ばれ、大手メーカーから基板の提供を求められたこともあるという。デコゲーといえば2Dゲームの印象が強いが、3Dポリゴンも'93年には研究を始めており、「開発段階では同時期の『バーチャレーシング』（セガ）より描画能力が上だった」（Aさん）程の水準だった。PSが発売されると興味を持った開発スタッフも多かった。

しかしPSに本格的に参入したのは'96年の『神宮寺三郎　未完のルポ』からで、内容も2D仕立てのアドベンチャー。開発開始もPS国内出荷が一千万台を越えた'95年からと遅い。「ソニーが家電業界の会社だったため、会社としてPSの存在がピンと来てなかった。ネオジオやSSは素直に入っていけた」（同）ためだという。「良くも悪くもゲーム職人の集団」（同）であるデコらしい気質だ。だが職人気質は閉鎖性にもつながる。コンシューマと業務用、さらに作品ごとでも開発班がほとんど交流せず、同じ問題に直面しても協力に乏しかった。それに業務用のコンテンツがあれば移植で手堅く稼ぎ、オリジナルに取り組むのが効率的だが、それも少なかった。

この非効率に、経営サイドの姿勢が拍車をかけた。当初から上は開発現場に口出しせず、自由に作らせるのが社風。ユニークな名作はその中で生まれたが、企画、開発、営業を統括する人間の不在は致命的だ。3DCG技術があっても、営業サイドの反対などでそれを商品化できなかった。結果、研

4月　『鉄拳2』が初の100万本突破

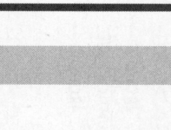


鉄拳2

6月　「ザ・ベスト」シリーズ他、販売新戦略発表

11月　デジキューブ、コンビニ販売開始

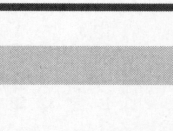
12月　『パラッパラッパー』発売



パラッパラッパー

1997年

1月　エニックス参入発表
『FFⅦ』発売

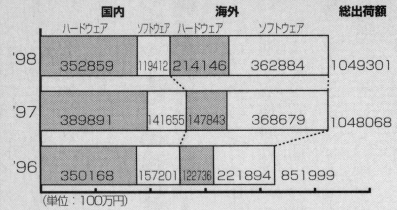


ファイナルファンタジーⅦ

3月　ビデオCD再生機能付きPS、アジア地域で販売開始
振動機構を標準装備したアナログコントローラ発売
プレイステーション増産。月産150万台体制に

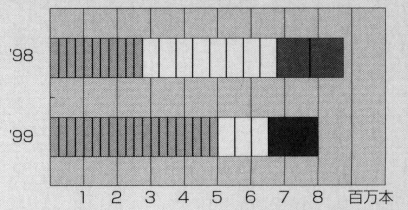
普通の状態では全くデータを読まなくなった、うちプレステ。すがる想いで縦置きにしたら、何事もなかったかのようにデータを読み始めるじゃないですか。ものすんごく情けない気持ちになったですよ。（群馬県　小野彰子）

家庭用テレビゲーム　国内・海外別出荷金額規模（図2）



国内市場に較べて海外はソフトの購入比率が低いため、台数ほどには売り上げは延びていない。なおこのグラフではPSを含む全ハードを対象としている
('99CESAゲーム白書より転載)

PSアワードの推移（図3）



'98年度は'97年4月～'98年3月出荷。'99年度は'98年4月～'99年3月出荷。'98年度は『グランツーリスモ』『バイオハザード2』が200万枚突破。'99年度は『FFⅧ』が300万枚を突破したが、中堅が振るわなかった（50万枚=1として表示）

究コストは回収されず、携わった人間の士気も低下する。「研究成果は何とか商品化しないと。その利益をまた研究に充て、技術を蓄積してヒットに繋げる。どこのメーカーでもやっていることなのに、デコはできなかった」とAさんは手厳しい。

'95年頃にはかつての名作を担ったスタッフが次々と止めてゆき、開発は20代前半、入社2、3年の若手中心になる。フルポリゴンが動いても企画が出ず、中心になるべきベテランは目先のソフトに忙殺され、研究も停滞するようになった。持ち味である技術力や個性も徐々に失い、'96年頃には業務用も泣かず飛ばずになる。

それでも経営サイドは「一発当てればなんとかなる、とたかを括っていた」（同）ようだ。

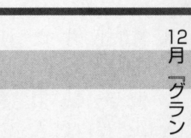
コンテンツ不足で出せば売れる「ゲームバブル期」には、それも通じた。しかしPS中期以降の市場には無数のソフトが溢れ、「どう作るか」と同じくらい「どう売るか」が重要になっている。同時にユーザーも移り気だ。そこでは会社としての明確な方針、販売戦略が求められる。

「『ときめきメモリアル』も最初は社内的に期待されなかったはず。でも手応えがあったので会社としてプッシュして、ヒットに繋げた。デコにはその姿勢がなかった」とAさんは指摘する。老舗コナミも一時低迷し、PS参入を機に組織を再構築した。それが後のギャルゲー、音ゲーという新ジャンル開拓を導いたのだ。

「カプコンやテクモもSFCからPSへの移行期に行き詰まり、組織を変革して時代の波に乗った。体質が古い会社はキツイ」とAさんは言い、和議申請は「やはり」と思う反面、「もったいない」とも感じたという。退職前に研究開発の一環として3Dモーションが動く画面を見ており、「3Dのデコゲー」に密かに期待していたからだ。「それが出ずに幕を閉じるのは残念。しかし、ゲーム業界の大きなルールが変わったのに気付かなかったわけで、仕方ないでしょう」と話す。

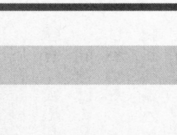
PSは流通を変え、市場を変え

11月 デュアルショック発売
12月 『グランツーリスモ』発売


グランツーリスモ

1998年
1月 公正取引委員会からSCEIに独禁法違反で排除勧告
4月 ㈱ポリフォニー・デジタル設立
5月 ㈱ディープスペース を共同で設立

1999年
3月 「次世代PS」の基本仕様を公開
久多良木健SCEI社長就任
7月 『どこでもいっしょ』発売


どこでもいっしょ

12月 全世界生産出荷累計7000万台を達成

2000年
1月 プレイステーション・ドットコム・ジャパン㈱設立
3月 プレイステーション2発売
プレイステーション2初回販売台数72万台を達成

読み込み速度が遅いので、だんだんゲームをする事がつらくなってきた。（宮城県　H.A）

た。それは同時にメーカーのあり方が変わったということである。それに気付かなかったのは、決してデコだけではない。

ベンチャーゆえの運任せ
開発者の踏み台～ヒューマン～

デコの失敗は多くの中小メーカーに共通する体質ゆえ、とも言える。波に乗って成長し、他業種に安易に参入してはゲームの利益を食い潰す。そして、バブルの終焉に対応する戦略も体力もなく、あっけなく消えていく。昨年11月に和議申請したヒューマンも、同様のケースと言えるだろう。

バンダイなどの下請け制作会社としてスタートした同社は『SDガンダム』（FC）など版権物の制作にも携わり、SFCの『ファイヤープロレスリング』と『ハイパーフォーメーションサッカー』で中堅メーカーとしての地位を確立。「プロレスとサッカーならヒューマン」とユーザーの評価も高かった。

新ハードへの取り組みも早く、PSでも『クロックタワー』シリーズ、『トワイライトシンドローム』『爆走デコトラ伝説』と志の高い名作をリリースしている。PSを境に同社が辿った盛衰を知る元社員Bさんは「社長は新しい物好きでアイデアマン。成功も失敗も、そのキャラクターが原因では」と話す。

PS参入の第1作もサッカーゲームと、有力コンテンツで手堅く稼ぎながら、実験的な作品をどんどん作らせた。「開発ラインが新しくできては潰れ、他社もそうなのか不思議だった」（Bさん）というほどだ。ただ社内に技術研究機関を持ち、開発部門のチャレンジを技術面で支える体制があった。PSも研究所が解析してノウハウを開発ラインに供給したため、スムーズに取り組めた。

また、異業種参入にも積極的だった。不動産仲介、ゲーム専門学校等々。このほとんどは失敗したが、ゲームスクールは黒字のうえ、本業にも貢献している。AVGの新機軸『セプテントリオン』や『ファイヤーメン』などの名作は元々卒業制作で、スクールは人材はもちろん企画の供給源ともなっていたのだ。

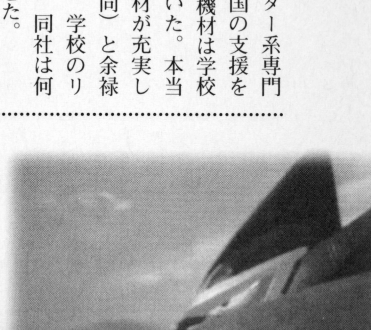
さらに、コンピューター系専門学校は機材購入などに国の支援を受けられるため、「開発機材は学校名義にして安く買っていた。本当は駄目だと思うが、機材が充実して嬉しかった（笑）」（同）と余禄もあった。開発と研究、学校のリンクがヒット作を生み、同社は何度も危機から脱出してきた。

「潰れそうになると、必ず何かヒットする。社長は運が強いな、と（笑）」（同）と多くの社員が思っていたようだ。'92年にはアーケードにも進出。占いなどアミューズメント機器にも手を広げる。だが、運命の女神はしつこい男が嫌いだ。

独自に筐体を開発せねばならないエレメカは開発費がかかり、失敗は大きな赤字を残した。そして、場当り的な経営は開発面にも悪影響を及ぼした。外部のクリエイターを招き、予算をかけて開発した大作RPGが、幹部の「これじゃ売れないよ」の一言で発売を見合わせたこともあるほど。これは業界で不評を買った。さらに相次ぐ発売中止に社員の不満も募り、退職者は続出した。

同社はもともと人の出入りが激しかったが、これには「新しい人材が斬新なアイデアを出し、新たな方向性を開拓するメリットもあった」（同）といい面もあった。だがこの頃には新人をまとめるベテランがおらず、技術の蓄積ができなかった。人材不足で社内の技術レベルも次第に下降していた。

危機感を持ち上層部に進言した中間管理職もいたが、降格されたり、左遷されたりという始末だった。「あの人ですら……という気持ち。会社には完全に失望した」（同）。社内に絶望感が広がり、売上はどんどん低下。次第にゲーム開発の基礎を学んで他社に転職していく場所、という風潮が広がった。そ



発売当初のラインナップと、ポリゴン出力の豊かさは、はっきり言ってサターンより魅力でした（サターンも発売同時に購入しましたが）。これでハードが頑丈だったら最高だったのに。（東京都　G.CAR.STK）

して昨年の『リモートコントロールダンディ』（PS）が最後のリリースとなる。これはPS以前の手法が、現在の市場では通じないということを意味する。カン頼みのワンマン経営では、現状に対応できなかったようだ。

ライトユーザー偏重が市場に与えた功罪

「ゲームバブルに自ら踊った、ということでしょう」

コンパイルの仁井谷正充代表取締役は、こう振り返る。同社は『ぷよぷよ』シリーズで落ち物パズルゲームの一時代を築き、PSはもちろん有力ハード全てでリリース。「ぷよまん」などキャラクタービジネスも成功し、ゲーム会社としてはもちろん、「地方ベンチャーの雄」としても注目を集めていた。

しかし、好調な業績を背景に多角経営を進めたのが、むしろ仇になった。'97年に新卒者を百人以上採用するなど急速に人員拡大し、人件費は経営を圧迫。'98年に発売したビジネスソフトの不調もあり同年3月、和議申請を余儀なくされた。

「新卒が利益を出すまで、最低3年はかかる。人材育成を社内でする自前主義の時代からプロと組む時代に変わった」。仁井谷氏は失敗をこう分析し、会社再建に打ち込んでいる。しかし、その一方「PSはゲーム、業界のあり方を変え、ソフト会社の経営も大きく変えた」と話す。

ライトユーザーを呼び込み、市場規模を拡大したPSの功績は大きい。だが、成熟した市場に求められる広告展開、映像重視の傾向は一度下がった開発負荷を再び上昇、ゲームの位置付けにも大きな影響をもたらしている。マニアのサブカルチャーからみんなのメインカルチャーへ。「それ自体は悪いことではないが、一方でゲームが流行の一つ、飽きたら棄てられる存在になりつつある」と指摘する。

この流れはPS2で一層加速し「ゲームからコンピュータ・エンタテインメントへ」がSCEIの企業戦略だ。しかしこれは、一方で別の選択肢に道をゆずる可能性もはらんでいる。「ゲームがメインでないのだったら、最終的にインターネット端末やiモードをユーザーは選ぶかもしれない。そうなった時にPS2自体をどうユーザーから必要とされるように持っていくか期待したい」（仁井谷氏）

またエンタテインメントとしての成熟でゲーム開発のあり方も変わってきた。映像、音響、シナリオなど各要素に求められる最低水準が上がり、個々の開発者のアイデア、感性だけではやっていけない。社内外のプロを集め統括する開発システムが必要だ。「PS2の文脈でソフト会社が生き残るには、映画業界同様、配給会社になるしかないだろう」（仁井谷氏）。業界内に限らず、映画、TVなど他の業界を視野に入れた開発・ビジネス展開が求められていきそうだ。

しかし、プラットフォームはPS2だけではない。

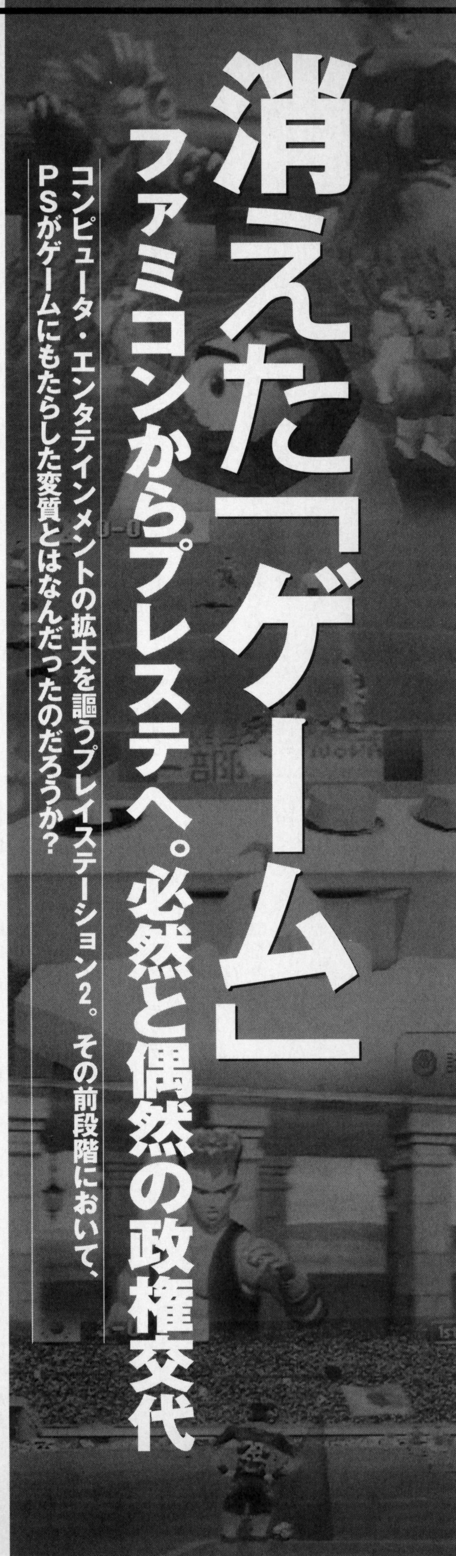
「我々はインタラクティブ・エンタテインメントを目指す。やはりゲームは演出ではなく、インタラクティブな快感が本質」という仁井谷氏は、PS2だけではなく携帯型電話機も視野に入れているようだ。

PSの変化は、はたして意義ある変化だったのか

家電メーカーが開発したゲーム機は、以前のルールでは競争に勝てないと悟ると、自ら市場のルールを変えて覇者となった。評価は立場により様々だろう。しかし適応できなければ、生き残れないことだけは明白だ。SNK、シグマがパチスロ機のアルゼに買収され、徳間書店インターメディアが解散。ゲーム専門誌の休刊も相次いだ。PSが起こした波紋は、予想以上に広がっている。

個性的な中堅メーカーが消えるのは、ユーザーにとっても業界にとっても大きなマイナスだ。しかし、彼らの失敗は彼らが個性的であるためではない。それをセールスに繋げる販売努力をせず、ゲーム会社であることを見失ったり、自社の体力をみあやまった時、審判はあっさり下る。そこから導かれる教訓は、携わる人間全ての熱意がなければ、今の市場ではいい作品といえども、いい商品たり得ない、ということだろうか。

若松和樹（わかまつ・かずき）：1970年生まれの自称ライター。取材を通して「人間、自分の身の程を知ることが大切」と分かり、最近、地道に仕事をしようと決意。仕事急募中です。でも、あちこち手を出すと失敗するらしいので、ぜいたくは言いませんがゲーム関係の仕事がいいです。



消えた「ゲーム」

ファミコンからプレステへ。必然と偶然の政権交代

コンピュータ・エンタテインメントの拡大を謳うプレイステーション2。その前段階において、PSがゲームにもたらした変質とはなんだったのだろうか？

新しいクリエイターと新しい概念の導入

ファミコンという時代の空気への憧憬を含んで言うなら、かつてゲームと呼ばれていた電子玩具はすでにない。ゲームがゲームのまま生き残っているのはおそらくドリームキャスト（以下DC）の市場くらいのものであり、多くは変質し工業製品化した姿を見せている。この変質を悪と捉え犯人探しをすると「ソニー批判か？」ということになるのだが、事はそう簡単ではない。もしソニーが主犯とするなら、その事件現場には、まちがいなく共犯者の姿があったはずだからだ。

話を一気に'94年12月3日まで戻す。「一・二・三！」の号令と共に重い門戸（どうして重かったのか？）を開いたプレイステーション（以下PS）だったが、ソニー的な臭みのない筐体に対して、ソフトラインナップはいまいち貧弱だった。『雷電プロジェクト』のような超カタブツのシューティングゲームから『麻神』のようなポリゴンの使い方を誤ったと思しきバカゲー（一発ネタ）まで、統一性はなし。過渡期の現象と言えばそれまでだが、どうみても準備不足の感は否めない。「このときのPSは創刊時の少年ジャンプに似た状態にあった」とするのは、『がんばれ森川君2号』で知られる、ムームーの森川幸人だ。

「当時主立ったメーカーは任天堂世界に囲い込まれていたようなものだから、異業者を使った理由にはそういう背景もあったんだろうね。新しい漫画家を作るしか……」

森川もまた、新しい漫画家のひとりとしてデビューを飾ったソニー的なクリエイターのひとりだろう。ライトユーザーをターゲットにした『I.Q』や『パラッパラッパー』が確立したSCEIブランドの色と、森川の関わってきた作品の色は非常になじみがいい。

アヴァンギャルドな朝の子供番組『ウゴウゴルーガ』でアミーガ製のCGを提供していた森川は、非常にゲームの好きな大人であった。が、大人であるがゆえに、ゲームを卒業する気分になってしまってもいた。もう砂糖だらけのお菓子を食べられる年齢ではない。遊び手として興味が薄れ、作り手としても参入できる余地のなかったゲーム市場に森川が足を踏み入れたのは、とあるプロデューサーのひとことがきっかけだった。

「今度は概念じたい壊すんだ」

取材協力（取材日順）
森川幸人（有限会社ムームー）／高塚新吾／能瀬圭太／鈴木英次（株式会社コナミコンピュータエンタテインメント東京）／石井精一（株式会社ドリームファクトリー）／奥田康雄／中川栄治（株式会社コナミコンピュータエンタテインメント大阪）／飯田和敏（有限会社パーラム）



携帯ゲーム機に期待する者たち

勝算もなにもない。それまでと同じゲームを作っても任天堂に勝てるわけがない。だからいままでにない、変わったものを作る——。

この状況は森川にとって好都合だった。スーファミ伝統のドット絵ゲームが占有していた市場には、アミーガで作ったキッチュなポリゴンCGは存在できなかったが、PSが入り込むための風穴を空けてくれたのだ。海のものとも山のものともつかぬAIゲーム『森川君』が押して押して押しまくるのをよそに発売された『ジャンピングフラッシュ！』（システムデザインとプログラムはエグザクト）がスマッシュヒットを飛ばすと、それまでウルトラと名乗っていた森川の会社はゲーム中の人気キャラクターの名をそのまま戴き「ムームー」と社名変更し、本格的にゲーム制作に乗り出した。ドット絵もいいけれど、もうちょっとコアユーザーではない私たちのことも考えて——というのが時代の要請だったかどうか、ともかくPSの確かな勝算なき挑戦と、ムームーの無軌道なゲーム制作は'95年以降の5年間を成功に導いたと言っていいだろう。しかし5年が経ち時代が一巡したいま、森川の表情はちょっと冴えないように思える。

「以前に比べれば企画が通りづらくなった」と森川は言う。

いかにもPS的なライトユーザー向けのゲームは、'99年も『どこでもいっしょ』や『ビブリボン』などのかたちで供給され、重厚長大なPS2に対するアンチテーゼを、SCEIは自ら示しているかのようだ。一見すると両面作戦だが、消費者の財布の紐の堅さを考えると、やはり全体的な傾向としては保守に転じつつあるのかもしれない。PS2の発進に際し強力な援軍となったのは、カプコン／コーエー／コナミ／ナムコなどの老舗であり、PSからの新規参入ながら高度な技術力を誇るフロム・ソフトウェアである。注目の大作、ハズレのない定番、そしてユーザー個々の趣味を反映したジャンルもの以外のゲームがヒットする可能性の少ない硬直した市場を思えば、無理もない顔ぶれだ。

そこにPSならでは、というカラーが感じられないのが残念なのだが。いま革新の立場にあるのは、むしろDCだろう。『スペースチャンネル5』や『シーマン』に類したソフトがPS2のラインナップのなかに存在しないのは、大きな謎だ。

リアルな描き込みを追求するCGの発達がひと段落したいま、人々はiモードやポケステで原初的なドット絵に親しみ、あるいは独創的なポリゴンのグラフィックを求めている。ゲームが多様化するきっかけを作ったのは、確かにPSだった。だがその多様化を支えているのは、PS2ではない。

「携帯用のPSが欲しい」と語るのは、ドット絵のゲームを一切作ったことがないというドリームファクトリーの石井精一だ。石井はセガで『バーチャファイター』を、ナムコで『鉄拳』を作ったのちにドリームファクトリーを立ち上げ、『トバル』シリーズや『エアガイツ』といったガチンコ箱庭アクションを制作、PS2で『バウンサー』に取り組んでいる、まさに3Dポリゴン職人。本来ならPS2の登場に喜ぶ立場にある人間が携帯ゲーム機に期待する（ドット絵で作れないからPSの携帯版、という発想がいかにも石井らしいが）という構図は森川にも共通している。ここに横たわっているのは速度の問題だ。コンシューマとは消費者の意の英語だが、だとするならばゲームデザインに秘められたおもしろさは、新鮮なうちに配送しなければ腐ってしまうだろう。発想してから発売までに2年というサイクルは、あるいはゲーム制作者の首を、翻ってはプラットフォームホルダーの首を絞めることになりはしまいか。かつてTV番組を作っていた森川は、日毎に返ってくる視聴者の反応に刺激を受け、さらなるアイデアを捻りだしていた。だがいまの環境はそれには程遠い。「長くてもせいぜい1年で出したい」と、森川は身動きのとりづらくなった現在のテレビゲーム制作事情をことのほか嘆く。

「意地でも買わねェ」と思ってたが、FFⅦのＣＭで陥落。しかし、ロード時間の長さでプレステ君を愛せないまま時は流れたが、『天誅』との出逢いで雰囲気一転。最後に愛せてよかった。プレステ君ありがとう、お疲れさま。（大分県　こはく）

フレームと箱庭 ポリゴン機の特質

ところでPSがもたらしたゲームの変質とは「それまでになかった」センスの導入だけだったのだろうか？　ぶち壊したはずの概念は再び固定化された。であるなら、PSからPS2に継承されたものを考えれば、答えは明らかになるはずだ。

それはリアルタイムにグラフィックを描画するという、マシンの機能に依るところが大きい。PSというとCGムービーを武器のひとつに連想するムキもあるだろうが、圧縮された動画を解凍する際のブロックノイズを考えると美麗という謳い文句を口にすることは憚られるし、リアルタイムの描画が綺麗になってしまえばそもそも不要な機能だ。だいたいムービーとは「読み込んで再生」するもの、つまりグラフィックをロードしているだけのことだ。一枚絵をいちいち読み込んで描き換えていくという方式は、ドット絵のゲームのやり方と同じだろう。PCのエロゲーを想像してもらえればグラフィックローダーという形容はわかってもらえると思うが、ドット絵のゲームはすべて本質的にグラフィックローダーなのだ。だからこそカプコンの『ヴァンパイア』のようにアートとしての価値のある作品も生まれてくるのだが、美術的な価値はまた別の話。打てば響くかのようなスーパーファミコン（SFC）のレスポンスのよさも、また別の話だ。

プレイヤーの入力に対して反応し、次のフレームからグラフィックに変化を起こさせる。これがPS以降の新たなゲーム機に発生した仕組みだ。皮肉にも秒間30フレーム以下でなければ描画不可能となった初期の3Dポリゴンゲームによって、ゲームプレイヤーはフレーム毎の入力タイミングの感覚を得、動体視力を養うことができた。このフレームの感覚にもっとも最初に目覚めたのは『バーチャファイター』のプレイヤーであったろうか。だが作者の石井はポリゴン酔いをすると言う。昔のテレビゲームはすべて秒間60フレームだった。その半分のフレームで描画されることによる違和感が気持ち悪いというのだ。だから、石井のゲームは秒間60フレームという描画速度を保っている。また石井は、ドット絵の格闘ゲームに納得がいかないとも言う。たとえば『ストリートファイターII』のアニメーションはリミテッドアニメであり、中間の動作が間引きされている。キャンセルや吸い込み――つまり接触判定とキャラクターの輪郭が一致しないということだが――といった現象もあり、飛び道具もあり。手足の長さを基準とする目測では戦えない、インチキで負けたような気になる、かいつまんで言えば、石井の不満はそこに集約されている。この不満を考えれば『トバル』のゲームデザインには納得がいく。キャラクターの手足の長さ、その見た目どおりに接触し、重さが様々な影響を与え、技の出から終わりまで動作は完全につながっている。もっともこれは『鉄拳』『バーチャファイター』にも盛り込まれていたことで、『トバル』の出発点はクエストモードを作りたいということだった。不満点を解消したあとは発展させなければならない。横軸の格闘から、フィールドを縦横無尽に駆け回る箱庭アクションへの変化。ともすると「ゲーム性」からの逸脱になってしまうように思われるが、石井はシーグラフに出展するシミュレータを作ることもなく、いまに至っている。インタラクティヴに動かせるだけで即ゲームになるわけではないが、ともかく箱庭にプレイヤーを放り出して自由に遊ばせるというデザインは、確かにPS時代に突入して以降のものだ。PSよりもリアルタイム描画に特化したマシンであるニンテンドウ64（N64）の『ゼルダの伝説』や、PCが原作の『トゥームレイダー』など、PS以外のマシンでも、'90年代中盤以降の作品群は、みな箱庭における活劇を目指して邁進してきたことがわかる。スクロールするドット絵から、箱庭にプレイヤーが存在するポリゴンへの変化。これは大きなパラダイムシフトだった。



サターンを買いに行ったら、売り切れてててプレステにした。その場で『ＭＹＳＴ』をジャケ買い。翌日メモリーカードを買い、一ヶ月かかってクリア。その次買った『キングスフィールド』は一ヶ月かかって……続く。（大阪府　Tom C.）



TV画面を通じたリアリティの強度

箱庭化によるシミュレータ化は、ややもするとユーザーの拒否反応を呼びやすい（『シェンムー』に対するツッコミを見よ）。しかしシミュレータ化というパラダイムシフトにより、本来望まれていたゲーム性を獲得したジャンルもある。

スポーツゲームだ。特にバスケットボールとサッカーの二大球技、車とその亜種（スノーボード、サーフボード、馬など）は技術革新による進化が著しい。従ってスポーツゲームで競争力のあるパブリッシャー／ソフトハウスは自ずと大手にかぎられる。コナミ／セガ／ナムコ、そしてSCEI。このうち球技の分野、特にコンシューマのサッカーゲームで好評を博しているのはコナミの『実況』だ。エレクトロニック・アーツの『FIFAサッカー』を除くと、KCE東京のPS版とKCE大阪のN64版とでサッカーファンの支持を二分している。と言えば、人気の程が分かってもらえるだろうか。ちなみにKCE大阪は、昨年初めてN64版のPSへの移植を行ない、現在はPS2に向けて『実況ワールドサッカー2000』を制作中。東京と大阪のハードの棲み分けが難しくなってきそうだ。

シリーズ第一作はKCE大阪の制作。対応ハードはSFCで、『実況パワフルプロ野球』と併走するように発売された『実況ワールドサッカー』がそれだ。ポリゴン前夜のゲームでありながらリアル指向の8等身キャラクターを採用。実況そのものより、Jリーグ開幕を機に一般に浸透した戦術用語に沿った動きをする、選手の思考ルーチンの充実が目を惹いた。このあとKCE大阪はN64、KCE東京はPSでそれぞれまったく別個に『実況』を作り続け、現在に至っている。ただしコンセプトには共通性がある。どこまでもリアルに、それも選手ではなく視聴者の立場でリアルに感じられるゲームを作るという目標には変わりはない。

スポーツゲームにおけるリアリティとは、『トータルNBA』（SCEヨーロッパ制作のPSソフト）のプロデューサーの言を借りれば「おばあちゃんが眼鏡を外して見たらテレビ中継と間違える」性質のものなのだ。オンエアでよく見られるシチュエーションを反復ないし再現するということは、オンエアを見たときの感動を反復ないし再現することにつながる。ワールドカップやセリエA／リーガ・エスパニョーラなど欧州各国のリーグ戦中継を見ることで視聴者に知識と感動が蓄積されていき、サッカーゲーム側の再現性に課せられたノルマはさらに上がっていく。であるからこそ「現実にできないことはしたくない。見た目でユーザーを納得させなければならない」（KCE東京）と、現在のサッカーでは使われなくなったフォーメーションや不自然なキャラクターのモーションはどんどん排除されていった。戦術的にも「フォーメーションが平行移動してるだけのいい加減なアプローチの古いサッカーゲームとはちがうものにしたかった」（KCE大阪）ということで、たとえば「サイドチェンジのパスを受けた選手が縦にドリブル突破してアーリークロスを上げ、ヘディングでゴール」という攻撃パターンが容易に繰り出せるようになった。

リアルにするという意図の裏を返せば、嘘をつけなくなったという事情が浮かび上がってくる。それは前述の通り視聴者（ユーザー）にスポーツの知識が蓄えられたことにもよるが、やはりゲームのフィールドが箱庭化したことの影響が強いように思われる。レースゲームでもサッカーゲームでも、2Dならば絵を描き換えるだけだから、さっきまでいなかった車や選手が突然出現するという嘘が起こりうる。だが箱庭には、出場している車や選手が、ゲームの始まりから終わりまで同時に存在していて、たとえ見えていなくともカメラの視界の外で彼らは動いているのだ。

これを「ゲームのスタジアム化」と呼ぶこともできるだろう。コンピュータ・エンタテインメントへの変質である、と。

2回壊れた……。（秋田県　佐々木拓郎）



PS2ははたしてウォーホルなのか?

サッカーゲームはコアなゲームユーザーのみならず、サッカーファンも大量に購入する。つまりサッカーゲームはゲームであることよりもサッカーであることが求められている。スーパーファミコン以前の価値観なら「本物のサッカーがなんだ！ ゲームはゲーム、本物の再現とはちがう。オレ様の作った大傑作を味わいやがれ！」ということにでもなるのだろうが、もはや唯我独尊的なスタンスで作られたゲームは市場に受け入れられなくなっている。特権的ゲーム作家でもマニア的ゲーム小僧でもダメ。工業製品を作るかのような（作家性が不要というわけではないが）態度で取り組まなければ、ビジネスとしては失敗に終わる確率は高くなるいっぽうだ。

64DDで『巨人のドシン1』を制作したパーラムの飯田和敏は、取材の席で、PS2への参入も視野に入れている、と漏らした。今度こそ勝ち組に入りたいという思いがあるのだろう。『巨人のドシン1』は、ここまで述べてきた「ゲームの変質」の集大成のような作品だ。PS以後のライトなとっつきやすさがあり、『アクアノートの休日』と『太陽のしっぽ』を経て宮本茂に接近した箱庭遊びの要素を持ち、ゲーム内時間の一日でワンプレイが終了するというプレイ時間への気遣いがある。サブカルの文脈に組み込まれるのではなく、大衆娯楽として遊んでもらうことを企図したもので、この五年間の総決算として語る要素は満載なのだが、残念なことに売れていない。肝心の64DDが普及していないのだから無理もないとはいえ、スタッフ以下関係者への責任もある。PS2である程度のリターンを得ることも必要だ。

その飯田は「直感的にだけど」と前置きしつつ、ゲーム史を美術史になぞらえるならば、PS2はアンディ・ウォーホルの出現に該当すると指摘している。あるいはこうも言えるかもしれない。トラディショナルな純ゲームがテレビモニターと物流の世界に限定されていた事実は、純粋絵画が額縁と画商の世界に閉じこめられていた事実に符合する。その後現代美術は額縁を飛び出し、ついにウォーホルの時点でアートとデザインのあいだの垣根も破壊し、アートの商業化・アートの量産化を果たす。いまや日本のエロ同人フィギュアが米国で美術品として展示され、レッドホット・チリ・ペッパーズのフリーがそれを買っていく時代だ。PSは流通も広告もゲーム内容も従来のカテゴリーを破壊し、新たな地平を開拓した。ただしそれらはまだ荒れ野だった。その荒れ野をならして一大都市に仕立て上げようとするのがつまりはPS2――。

「映画でたとえるとコントローラでテライ・ユキを操作する快感はマリリン・モンローのスカートがめくれるシーンの快感に相当」だとか、なんとでも言えそうだが、とにかくかつて存在していた呑気なゲーム業界は既に粉砕され、業界人がこの新しい一大都市で暮らしていかなければならないことは確実となっている。飯田もその事実を認め、自分の身の程を知りどこに落ち着くかを考えたとき、64DDに片脚を残しつつ、新都心・となるだろう他機種にセカンドハウスをかまえることを検討している、というわけだ。

ゲームの定義が拡大した結果、純ゲームはイコールゲームのすべてではなく、数あるゲーム（的な遊び＝コンピュータ・エンタテインメント）のうちのひとつとなった。初心会流通も、eディストリビューションを前にしては権威とはなりえない。中小のソフトハウスは無理にパブリッシャー機能を持たずに、大きなメーカーにその任を委ねることになるだろう。ユーザーは子供だけでなく、あらゆる世代の人々すべてがターゲットとなる。この事態を前にして「ソニーはゲームを踏み台にしている」と不快感を表わす人がいる。いっぽうで、「通信のインフラを整備してくれるのであれば、そこには期待する」と述べる人もいる。PS2のグラフィックの美麗さを褒めそやす人もいれば、ただ綺麗になっただけでゲームの中身は変わっていないと嘆く人もいる。

※飯田和敏氏から特別プレゼント！
飯田氏お気に入りのエレファントカシマシのCDシングル「ガストロンジャー」と飯田氏の新作『ドシン解放戦線』制作資料写真（自筆メッセージ入り）を１名様にさしあげます。希望者は編集部までハガキでお申し込み下さい。４／30必着。



PSの五年間は サバイバルを予言した

この乖離はなんなのだろうか？本原稿執筆時点で、私はPS2を買っていない。DVDプレイヤーとしては魅力的だが、まだネットに繋げるわけではないし、ゲームソフトも揃っていない。しかし一ヶ月前から発売を待ちわび、発売日に購入した途端にPS2を強奪された少年も世の中には存在する。

つまり評価が定まっていないのだ。どのようなゲームが出てくるか、どんなネットワークが整備されるのか、ネットバブルがいつ崩壊するのか。いまのところはただの箱であるPS2は、かなり高い可能性で魔法の箱になるはずだが、その時期がいつになるのかを予測することは難しい。PSのときはそんなことはなかった。永らく続いた任天堂の王国に倦怠感を帯びた不満を持つ者が大勢いて、ソニーはその代弁者となり、野党票と浮動票をいっぺんにかっさらい、新しいゲームを売ることに腐心したから、新しいゲームマシンであるPSに誰もが期待した。そこにソニーが出現したということは、CD－ROMアダプタ開発が任天堂とソニーのあいだで物別れに終わったからという偶然によるものだとしても、ファミコン（またはスーパーファミコン）からPSへの政権委譲は必然だったろう。しかし今回はちがう。与党に転じたSCEIは、ポケステやPSでソニー的なゲームを産出しているが、産業ロック的な大作志向のゲーム大作がソフト全体に占める割合は確実に増えている。野党に転じた任天堂とセガは、発展形の純ゲームと、新機軸の実験作を次々に打ち出している。SCEIがおもしろいゲームを発売できなければ、ゲームもDVDもネットが整備されるまでの繋ぎに利用しただけのことになってしまう。だからこそ「PS2はゲーム機」というインフォメーションが徹底されているのだが、それでもPS2を監視する目は、やはりきびしい。かつてのファミコン時代のゲームへの郷愁もあるから、どんどんリアルになりゲーム性のなくなっていく（ように見える）新しいコンピュータ・エンタテインメントに対する風当たりもそれなりにはある。すんなりと政権委譲とはいきそうにない。

ではゲームの変質はあってはならないことだったのだろうか？

私はそうは思わない。もともとコンピュータゲームは電子技術の発達とライフスタイルの変化に伴い出現した娯楽であり、社会環境によってその有様を変えていくのはむしろ当然のことだ。新しい概念を提示したからといって、純ゲームのすべてが消えてなくなってしまったわけではない。'80年代のレーシングゲームをそのまま素直に楽しむのはちょっと辛いが、『クレイジータクシー』なら素直に熱中できる。基本的なゲームアイデアであっても、いまどきの諸々の事情に合わせて翻案すれば十分に遊べる。

ムームーの森川の言によれば、いまゲームは踊り場にあるのだそうだ。螺旋状に進化する途中の踊り場であると。あるいはこうも言えるだろう。「現在は自然淘汰の過程にある」と。和議申請するソフトハウス／パブリッシャーが後を絶たないことは本誌でも再三報じられている。オールドマニアにとっては悲しむべき事態かもしれないが、客観的に見れば世情の変化に対応できる力がなく、延命措置を講ずることができずに寿命を全うしただけのことだ。もっとも中小の会社がなくなることで各ハードのソフトラインナップがスカスカとなり、結果供給不足に陥るという懸念もなくはないが、N64はずっとそれできているのだし、ましてPS2はゲームだけではない。

パーラムの飯田はPS2を特集した専門誌のタイトルを指し「ゲーム＆DVD、この＆のところに誰も注目していないけれど、ここがいちばんおいしいところだと思うんだよね」と言った。そして情報誌を開けばPS2の特集記事の隣に郷ひろみのインタビューが載っていたりもする。ゲーム市場内での争いに勝ち、郷ひろみに挑むつもりでなければ次のブレイクスルーまで生き残れない。PSはその命題を明確にする役を負っていたのだ。

後藤 勝（ごとう・まさる）：文筆家。1970年東京生まれ。元編集者、レコード店員。中央美術学園イラストレーション科卒。既にゲーム業界のサイクルでは動いていないものの、ゲーム関係の執筆依頼が多い。七割がゲーム、二割が映画とCGで、残りが他ジャンルのコラムないしレビュー。攻略本ではないゲームの単行本を諸準備中。FC東京のSOCIO及びファンクラブ会員。

ゲーム業界関係者が答える

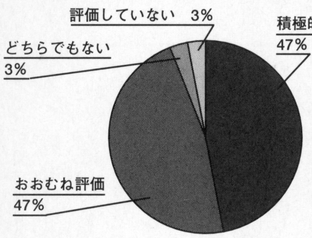
プレイステーションとは、こんなマシンだった。

結局ＰＳとはどのようなハードだったのだろうか。ＰＳでゲーム開発を行っているメーカー・開発会社50社に聞いた。

ここでは、実際にソフトを開発しているメーカー・開発会社50社を対象に、開発サイドから見たＰＳという観点でＦＡＸアンケートを実施。その回答からＰＳを各メーカーがどう評価しているのかを調査した。

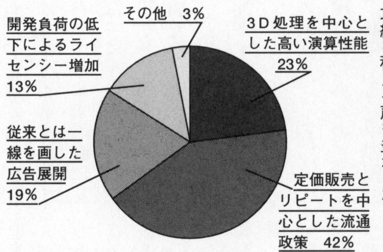
問１：ＰＳがゲーム業界にもたらした変化をどう評価しますか？

メーカー全体を通して、ほぼ評価するという結果が出た。任天堂を中心に築かれた業界の因襲を変えた、それだけでもＰＳは評価するべきハードなのかもしれない。



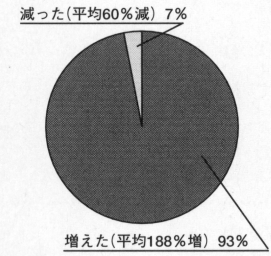
問２：ＰＳでもっとも評価する点はなんですか？

「あらゆる面で自由度の上がった流通は評価する」（マックスファイブ）など、流通面を挙げる声が多かった。一方宣伝面では「過剰なほどＣＭを打つソフトが多く、テレビＣＭをしないソフトはつまらない、売れないという感じをユーザーに持たせている」（メーカーＡ社）など、いたずらに広告費が増大する中で、ハイリスク・ハイリターンの度合いが強まることを懸念する声も。また「今までのゲームユーザーの暗いイメージをブランドで撤廃したところはさすが。カップルの部屋デートがプレステですからね、すごいです、ＳＣＥＩはやっぱり」（開発会社Ｂ）とユーザー層が広がった功績を称える声も多かった。



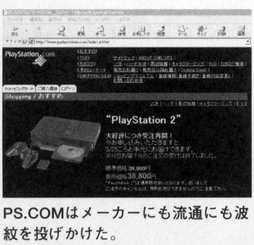
問３：ＳＦＣ時代と比較して一タイトルあたりの制作費はどの程度増減しましたか？

ＳＦＣ時代にゲームを発売していたメーカー限定となった問３。ほとんどのメーカーで制作費が増加している。最低25%から最大４００%の増加率となった。「ＣＤというメディアの容量で大量人数投下のビッグプロジェクトが増えたのでは？　まぁほとんどＣＧムービー制作のための人件費ですけどね」（開発会社Ｃ）。逆に60%減少（パンドラボックス）するなど、低価格ソフト増加の傾向を示す回答もあった。



問４：ＰＳの改善点、またＰＳ２で改善して欲しい点は何ですか？

一番多かった声は流通改革。「ドットコムの登場で、小売店に与えるダメージが心配。大手の量販店しかやっていけなくなるのでは？」（中規模メーカーＤ）「販売支援の強化は急務」（魔法）と、小売店の将来を気にかける声が多かった。また「マスターの納期問題、サードパーティーの乱増、ロイヤリティーの高騰、ソフトの値崩れ、ハードの耐久性など改善点は多い」（中堅メーカーＢ）「ハードのバージョン違いで発生するバグ」（新興メーカーＥ）「ライブラリの強化」（老舗メーカーＣ）「様々な規制」（パンドラボックス）「ＰＳはＲＡＭの容量不足とキーディスクの採用。ＰＳ２は開発環境の早期固定と開発機器・ツールの値下げ」（角川書店）などの意見も。



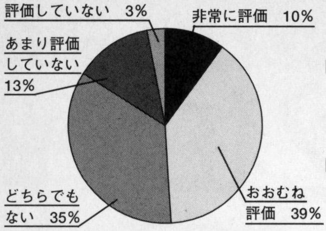
PS.COMはメーカーにも流通にも波紋を投げかけた。

デュアルショック版を安売りされてたので買ったのですが、１年以上たっても、まだ箱を開けてません。もしかしたら、開けないままＰＳ２が発売されそうです。（岡山県　たう）

問5：低価格ソフト群の増加についてどうお感じですか？　また、ゲームの定価はどの程度が理想だと思われますか？

ＰＳで初めて登場した低価格ソフト市場。ユーザー層を広げた一方で市場を乱している側面もあり、回答も賛否両論となった。「ザ・ベストシリーズが新作ソフト、定番ソフトの買い控えを生んだ要因にもなっており、全体に見てマイナスポイントだと感じる」（開発会社Ｒ）「自社ベストというソフトの存在はあまり評価していません」（フロム・ソフトウェア）「中年ユーザーには定番が並んでいて外れを引くことがなく便利」（開発会社Ｎ）など。

理想のソフト価格は平均で４８２５円という数字が出た。５０００円がひとつの目安となっているようだ。ちなみに、価格帯幅は１０００円〜７８００円。



ソフトの理想価格：平均4,825円

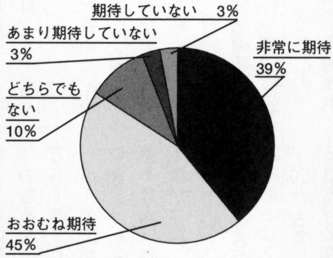
問6：ＰＳは10点満点で何点のハードですか？

どのメーカーも割と高い点数で、極端に少ない数字を掲げた会社は少い。結果、平均７・９点という数字に落ち着いた。「８点：ゲームとしてドキドキする物がたくさん出ないまま市場が溢れた所で減点。ただＳＣＥＩのせいではなく作り手の責任かな」（開発会社Ｃ）。この点数はＳＣＥＩだけでなく、サードパーティーを含めたＰＳ全体を表す数字かもしれない。

ＰＳの点数：平均７・９点

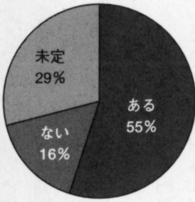
問7：ＰＳ2に対して、どの程度期待を寄せていますか？

やはり圧倒的に期待大。「ＰＳ２に関しては全体像が見えていない。ハードが持つ拡張性等を含め、今後の可能性への期待が大きいというのが現状です」（フロム・ソフトウェア）と、その可能性の大きさを挙げる声が多い中、「というか、これがコケたらヤバイ」（中堅メーカーＦ）という、至極もっともな回答もあった。



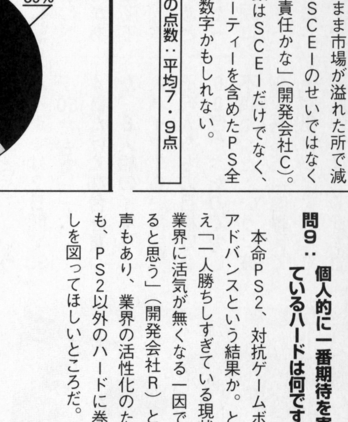
問8：ＰＳ2発売後もＰＳ1のソフト開発の予定はありますか？

「参入しなければゲーム開発を続けられない」（新興メーカーＮ）「弱小メーカーの場合、他のハードでは流通が難しい」（新興メーカーＨ）というメーカーがある一方で、今後もＰＳ１のソフトを中心に開発していくというメーカーもある。「せっかくのコンパチ機なのだから、枯れたＰＳ技術でゲームを出していける市場が出来るといいですけど」（開発会社Ｃ）という意見にはうなずける。



問9：個人的に一番期待を寄せているハードは何ですか？

本命ＰＳ２、対抗ゲームボーイアドバンスという結果か。とは言え「一人勝ちしすぎている現状は、業界に活気が無くなる一因でもあると思う」（開発会社Ｒ）という声もあり、業界の活性化のためにも、ＰＳ２以外のハードに巻き返しを図ってほしいところだ。



実績が示すＰＳの意味

最後に幾つか興味深いコメントを掲載していこう。「ＰＳというプラットフォームは、ゲームというひとつの文化の在り方に変化を与えてくれたと思う」（フロム・ソフトウェア）「もう少しソフトの値段が下がればいい。ソフト流通によって、ハード自体も流れが出てきたのではないかと。でも、現状ＰＳは十分な動きを見せたと思います」（老舗メーカーＫ）「あのコントローラーを初めて見た時、衝撃を受けた覚えがあります」（老舗メーカーＳ）「ＰＳ２で作りたいという気があまりしないのは、僕がもう古い人間だからなのでしょうか」（開発会社Ｃ）「お疲れさまでした」（新興メーカーＤ）「ＰＳには長所短所いろいろありました。ただ確実にこのハードは業界に革命を起こした。そこを素直に評価したい、今だからこそ本当に面白いゲームが出るものと期待したいなぁ〜、１ユーザーとして」（角川書店）「もっと端末を使ったソフトが出ても良かったのでは」（インクリメントＰ）「あらゆる面でこだわりの作りがあれば、開発者もこだわりをもって良い物を目指せるのではないでしょうか」（マックスファイブ）「今後のゲーム業界は、不景気も重なって開発コストの増加、加えてソフト本数の減少など衰退の一途をたどるだろう。その起爆剤となったＰＳは今後ＰＳ２となってどのように変化していくのか非常に興味深い所。淘汰の時代がやってきたということか」（メーカーＳ）

お答えいただいたメーカーの皆様、厚くお礼申しあげます。ありがとうございました。

PS2に殺到する外国人バイヤーの実態

フレンチ・アルノの PS2狂騒曲

PS2発売日、アキバには日本人同様、外国人ユーザーが多数詰めかけた。その実態とは。

「PS2発売日、秋葉原に行ったら外国人がものすごく多くて驚きました！」とPS2発売直後に色々な人に言われた。僕も発売日、取材で秋葉原に来ていた。正直に言うと、僕もびっくりした。もちろん、海外メディア関係の方は結構いたのだが、割合は5％位かな。残りはほとんどバイヤーで、直輸入の為に東京に来ていたのだ。中でもヨーロッパ人が圧倒的に多かった。欧州は今、世界で最も日本のゲーム直輸入ビジネスが激しい地域なのだ。

で、フランス人の僕が一番驚いたのは、やはりフランス人が一番多かったこと。僕はWEBとTVレポートをやっていた為、秋葉原電気街を全て回ったが、どこに行ってもフランス人の声が聞こえた！　あとは仕事の友達とフランス語で話をしたら「あんたたち、フランス人だろう？　PS2を明日簡単に買えるところを知ってるだろう？　教えて！」と2、3回話しかけられたりもした！　まあ「知らないよ」とか言ってそれでオーケーだった。

そういうフランス人を含めた欧州バイヤーの実態はというと、向こうの直輸入ゲーム流通会社やゲーム小売店の店長や店員などである。

気になる流通経路は、皆同じだった。自分の為の1、2台を荷物に入れて、普通に成田まで行って国に帰った。本体のパッケージがなければ、問題なく持って帰れるという噂があったので、皆ちゃんと外箱を捨てていたらしい。残りの本体やソフトは、全て航空郵便で送ったという。あとはアメリカやヨーロッパから来た一般の人で、PS2を2台買って国に帰り、ヤフーのオークションサイトなどで売った人もいた。ちなみに、ヨーロッパで20万円近くまで上がったオークションもあったらしい！

PS2発売は、ゲームショップ関係の人たちにとって、間違いなく今年最もおいしいビジネスとなった。御存じの通り、本体＋ソフト1本で大体5万円以下だが、直輸入すると当然日本よりかなり高くなる。PS2発売翌週のヨーロッパでの本体＋ソフト1本のセット価格は10万～15万円位した！　しかもすぐ売り切れ！　本体数が増えない限り、値段はもちろん下がらないし、ソフトの方も1本1万1000円に定着した。

バイヤーが買った台数も、1人につき1、2台ではなかった……。色々な人に話を聞いたが「あまり買えなかった」という人でも3～4台買っていた。そして「かなり満足」というバイヤーは2日間で30～50台も買っていた。4日だけで70台を買った、6人組のイギリス人バイヤーもいた。が、その人たちの目標は200台だったので少し不満だったという。彼らが選んだ「直輸入で絶対売れるソフト」は、超良作ソフトで日本語が理解できなくても楽しめる『リッジレーサーV』と『ストリートファイターEX3』の2本。次は『鉄拳T・T』と『デッドオアアライブ2』なども購買するという。

PS2の直輸入はセガのDCや任天堂のN64同様、ヨーロッパでもそれぞれのメーカーから禁じられている。だが、最もコアなユーザーから見れば、日本人と全く同じタイミングで遊べる直輸入版の方が魅力的。彼らはヨーロッパ正式版のものは、絶対買わないユーザーたちなのだ。僕もメガドラやPCエンジンの時代から、日本に来るまで直輸入版のゲームしか持っていなかったから、その気持ちがよく分かる。


発売日に秋葉原でPS2を購入する外国人ユーザー。

＊PS2及びPS2専用メモリーカードは「外国為替及び外国貿易法」に基づく輸出規制品に該当するため、現在総価格が5万円を超える国外輸出は規制されている。

アルノ（Arnaud Saint-Martin）：在日フランス人ジャーナリスト。フランス、香港、日本のゲーム誌で活躍中。

あの時、僕らの思いは真剣だった……。

Written By 橋本和明

PSギャルゲー興亡史

ギャルゲー憂国の過去・現在・未来

PSでゲームが変わった。ゲームが「暇つぶし」もしくは「他人とのコミュニケーションの手段」から、「自分自身の欲求を満たす存在」へと変化したのだった。始まりはPCエンジンの『ときめきメモリアル』だと思うが、ゲーム中のキャラと恋愛を行う、という感覚をはじめて一般化したのは、表現力が圧倒的にアップした、『ときメモ』プレイステーション版であった。

ギャルゲー創世記(1995〜1996)

恋愛なんて所詮ココロの駆け引きであり学生時のソレなんていうのはゲームとなんら変わりない。そういう点で、より「一緒にいて楽しい」ゲームキャラを求めたユーザーと、それに応えたメーカーサイド。女の子だっていろいろなタイプがあるんだから、いろいろなゲームがあったり、中には駄作があってもそれはそれで悪い女に騙されたようなものだから、それすらも楽しかった。時代を代表する作品といえば自分を磨く『ときメモ』と、会話を見事にゲーム化した『Ｎｏëｌ』だろうか。なお、既に『ｍ』や『あぽなしギャルズお・り・ん・ぽ・す』を代表とする、どこがゲームだかわからないものも登場して、未来を暗示していた。

ギャルゲー繁栄期(1997〜1998)

ギャルゲーの舞台は誰もが通過している普遍的「学校」から離れ、ギャルはゲームの味付けとして登場するようになる。その後ギャルゲーはＰＳを離れＳＳで大爆発をはじめるが…。この時期はほんの一瞬で消え去り、時を同じくしてそのギャルに声を当てている声優ブームが発生。比較的良質と思われた作品は『メタモルV』『マリーのアトリエ』『フリートーク・スタジオ』『ワンダープロジェクトＪ2』（N64）といったところ。

ギャルゲー乱発期(1998〜1999)

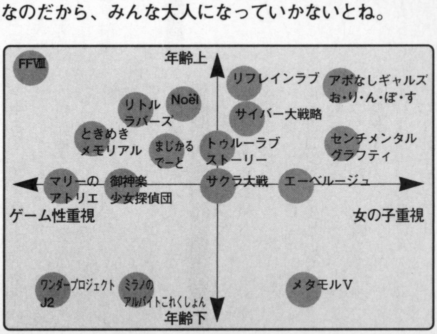
いろいろな女の子が登場して、僕らはプレステ本体にナニかいとおしいものを感じ始めた。さまざまな恋愛物語がぼくらの記憶に書き込まれ、ゲームキャラと共にすごす時間が楽しくてたまらなかった頃。とにかくゲームにはねーちゃんが出てきた。シューティングゲームはもちろんのこと、『大戦略』にすらギャルが登場。なにか勘違いした作品も登場し、市場はギャル一色になる。『トゥルーラブストーリー2』『エーベルージュ』がこの時期のヒット作と思われる。

ギャルゲー衰退期(1999〜)

タイトルはなお発売しつづけるも、売り場は徐々に減少、しまいには１本も入荷しないソフトなどが登場し、『君のココロ僕のカタチ』など、良作が多数でるも、人の目に触れることはあまり無かった。これは『センチメンタルグラフティ』（ＳＳ）のゲーム性の破壊ぶりで、過剰在庫がユーザー、流通両方へ止めを刺したから、とも言われている。しかしその魂は一般ゲーへ素直に取りこまれていった。世界最大の予算を使った恋愛ドラマ『ＦＦⅧ』や、ギャルゲーの始まりとなった前作に対し、終止符を打った『ときめきメモリアル２』など、名作ビッグタイトルも多数ある。

ギャルゲーから卒業しよう

新ジャンル「ギャルゲー」も、簡単に作れる手軽さからタイトルが乱発、今やすっかり衰退し、ごく一部のマニアが支持するのみとなってしまった。ぼくらの青春を捧げた彼女達は、ＤＣにも、ＰＳ2にもいない。行き場のない、見かえりを求めない、はぐれた愛は、どこへ注げばいいのか。ＰＣアダルトソフトで純愛がブームなのは、そのひとつの答えなのかもしれない。そろそろギャルゲーとは、別れなければいけない時期なのだから、みんな大人になっていかないとね。



Kazuaki Hashimoto ギャルゲーに限りなく愛情を注ぎ、キャラではなくギャルゲーを愛する自称「むらギャルゲー」。ゲーム制作の下請け会社を経営しつつフリーライターとして暗躍しながら、いつしか「せかいギャルゲー」になることを夢見ている。

ゲーム批評ライターSELECTION

PSソフト ベスト10 & ワースト10

真に面白いゲームは色褪せることはない——。
つまらないゲームもまた、色褪せることはない——。
記録より記憶に残った作品を個々の規準で一挙公開！

赤尾晃一

静岡大学情報学部助教授。

ベスト10

①バイオハザード
②メタルギア ソリッド
③ファイナルファンタジーⅧ
④モンスターファーム
⑤AⅣ
⑥ワールド・ネバーランド
～オルルド王国物語～
⑦マリーのアトリエ
～ザールブルグの錬金術士～
⑧雪割りの花
⑨ボクサーズロード
⑩どこでもいっしょ

①PSはアドベンチャーゲーム・マシンだった。これで普及台数に加速。②小島秀夫はPS（含む2）のために生まれてきたクリエイターだ。③たぶんPSの機能をフルに使い切ったゲームである。④SMEを親会社として戴いていたSCEIのためにあったようなゲーム。⑤発売記念セットがかっこよかった。車窓モードにはぼうだの涙。⑥別にPSでなくても良かったけど、わたし的にRPGの一つの理想像。⑦ガストこそがPSで最もブレイクしたソフト会社だっただろう。⑧やるドラ・シリーズこそ、PSの真骨頂だった。羹に懲りて膾を吹くな！ SCEI。⑨PSが開いたジャパニーズ・ドリームの嚆矢。で、この会社はいまいずこ。⑩最後になって10年は持つキャラクターが生まれて良かったね、SCEI。

ワースト10

❶ファイナルファンタジータクティクス
❷チョコボの不思議なダンジョン
❸サガ フロンティア2
❹パラサイト・イヴ
❺バイオハザード2
❻ポリスノーツ
❼ユーラシア・エクスプレス殺人事件
❽みんなのGOLF
❾さくま式人生ゲーム
❿リッジレーサー

①～④粗製濫造の極みがスクウェアの長所でもあり、短所でもあり。⑤正しくない続編の見本。どうせ出すならもっと安くせんかい！⑥これを移植したから3DOのお宝性がなくなってしまったではないか。⑦深田恭子も榎本加奈子も、みーんなまとめてかわいく撮れてな～い。⑧どこにPSでゲームを作る必要があったのか。つまんなかったぁー。⑨PSフェスティバル・ビジネス・デイに東山魁夷展観てた人をクリエイターとは認めん！⑩アーケードからの移植でゲーム機を普及させる戦術はもういいよ。

天野譲二

編集者兼物書き。

ベスト10

①リッジレーサー
②爆走デコトラ伝説
～男一匹夢街道～
③東京魔人学園剣風帖
④サイレントヒル
⑤I.Q
⑥天誅
⑦トワイライトシンドローム
⑧どこでもいっしょ
⑨ゲッP-X
⑩未踏峰への挑戦 アルプス編

①は優れた操作性と軽快さで初期のPSを専用マシンと化した。ただ、後のシリーズがねぇ……。②はレースゲームに異質な演歌の世界を持ち込んだ快作。③は『サクラ大戦』もシナリオが良ければここまで面白くなるかと感心した。④はモダンホラーの世界、⑤は心象風景を見事にゲーム化したセンスに脱帽。⑥はミッションに対して戦略の自由度が高い点に3Dポリゴンゲームのありがたさを認識させられた。⑦は数ある学校怪談ものの中で一番的を射た内容だった。⑧はポケステを唯一活用させてくれた貴重なゲーム。⑨は二周目のセーブデータに（再）と表示された点でKO。'70年代に生きる自分にはバイブルである。⑩はその地味さと寂寞とした内容が前衛芸術の域に達したと思う。

ワースト10

❶グランツーリスモ
❷ジャンピングフラッシュ！
❸NOëL—La neige—
❹ムーンライトシンドローム
❺AⅣ
❻ファイナルファンタジーⅦ
❼新スーパーロボット大戦
❽火魅子伝～恋解～
❾バイオハザード ディレクターズカット／バイオハザード2 デュアルショックバージョン
❿メタルギアソリッド インテグラル

①のようなリアルさを追求したゲームは感心はしても楽しめない。ライセンスが未だに取れないし（どうせ下手だよ）。②は変に可愛らしさを狙ったキャラが飛び跳ねるだけで爽快感ゼロ。③はフラグを見つけるまで延々同じ作業の繰り返し。④はテンポの遅さに辟易した。⑤はセーブにメモリーカードをまるまる消費する点で呆れ返った。⑥ゲームって苦痛なんでしょうか？⑦シナリオが面白くなかったうえ、リロードが遅すぎて途中で投げた。⑧はショボい3Dグラフィックと整合性の取れていないシナリオが惜しい。⑨⑩のような安易なマイナーバージョンアップ作品を発売するメーカーの製品は、買い控えを生む。オリジナルを中古屋に叩き売る面倒も考えて欲しい。でも本当のワーストは、次世代機が出ても発売されない『ドラクエⅦ』だったりして。

アルノ

日仏ゲームフリーライター。
本誌連載予定。

ベスト10

①グランツーリスモ2
②ワイプアウト3
③風のクロノア
door to phantomile
④カプコンジェネレーション2
魔界と騎士
⑤ファイナルファンタジーⅧ
⑥鉄拳3
⑦パズルボブル3DX
⑧ワールドサッカー

ときメモが一番印象に残ってます。ギャルゲーに目覚めさせてくれたゲームです。（福岡県　コーヒー好き）

実況ウイニングイレブン4
⑨クラッシュ・バンディクー3 ～ブッとび！世界一周～
⑩グルーヴ地獄V

①リアルさと面白さ、両方最高。②レースゲームの頂点だけでなく、32ビット時代の代表作である。②ゲーム、テクノデザイン、クラブ音楽の合体。センス良すぎ！③良いアクションゲームはPSで沢山発売されたが、『クロノア』が一番可愛くて夢中にさせられた。わっふー！④何よりもあの『大魔界村』の完璧移植が遊べて、この一本を手にいれた時は嬉しすぎて泣きそうだった（マジで）。⑤グラフィックとBGMが特に美しいし、ストーリーは楽しいし、システムも良く出来ている。50時間以上どきどきした。僕には『FFⅦ』程好きなRPGはない。⑥格闘ゲームのキング。文句なしですね。⑦パズルボブルシリーズはどれでも楽しいけれど、『3DX』は一番やり込んだ。⑧本物のサッカーのように面白くて熱いゲームです。⑨クラッシュの三作目がアクションゲーム史に残るソフトになったと思う。⑩このゲームより良いゲームは沢山あるが、収録されているくそゲーの数々と音楽エディタ機能の圧倒的なカッコよさに大感動。

ワースト10

❶トゥームレイダー3
❷PAL―神犬伝説―
❸エイブ・ア・ゴーゴー
❹修羅の門
❺フィフス・エレメント
❻ハイパーフォーメーションサッカー
❼がんばれゴエモン 宇宙海賊アコギング
❽チョコボレーシング ～幻界へのロード～
❾バイオハザード
❿アクアノートの休日

①センスの悪さは笑える。②PSのダメなRPG代表作だと思う。③退屈過ぎてすぐやめたくなる。あとはグラフィックとキャラデザイン、趣味悪過ぎ。④この一本をプレイすれば格闘ゲームが嫌いになる。⑤つまらなくてダサい映画の完璧なゲーム化（つまりつまらなくてダサいゲーム）。⑥PCエンジンやSFCで発売された、この伝説的なサッカーゲームシリーズがここで終わった。⑦SFCですごい良かったのになあ、ゴエモン。⑧スクウェア版『マリオカート』。だが、スクウェアレベルではないし、『マリオカート』レベルでもないし、面白くないし。⑨システム、グラフィック、内容、『バイオ』の全てが全然気に入らないのは全世界で僕だけかな。⑩クリエーションとしてはナイストライだが、ゲームとしては全然面白くないと思う（飯田さんごめんなさい!!）

安中卓

M2所属のゲームライター。パチプロ出身。

ベスト10

①パチスロ アルゼ王国2
②パチスロ完全攻略 ユニバーサル公式ガイド
③ダービースタリオン
④サイフォン・フィルター
⑤ビートマニア
⑥カルドセプト エキスパンション
⑦峠MAX2
⑧メタルギア ソリッド インテグラル
⑨コリン・マクレー・ザ・ラリー
⑩エースコンバット2

①収録機種、リール制御、リプレイハズシ、全てにおいて完璧。②このシリーズは、どれも完成度高し。勝ちたきゃやっとけ。③私に馬の魅力を教えてくれた1本。④死にまくりで、シビアな作りが魅力のACT。⑤一時ライフワークに組み込まれた。⑥説明不要の面白さ。⑦ストーリーモードが笑撃（？）⑧エクストリームモードが最高っす。⑨実機同然の操作を要求され、完走時は感激する。⑩空を飛ぶ楽しさを教えられました。

ワースト10

❶デスマスク
❷フロントミッションオルタナティブ
❸闘神伝
❹闘神伝2
❺ザ・マスターズファイター
❻ブシドーブレード
❼エアガイツ
❽ゼノギアス
❾パラサイト・イヴ
❿必殺パチンコステーション3 ～原始人がいっぱい～

①某専門学校在学中にプレイさせられたいわくつきのゲーム。ゲーム直後死ねます。②気分は保父さん。③④言うこと無し、その全てがダメダメ。⑤超必殺から超必殺につながるなど、大雑把なシステムが……。⑥⑦自由にフィールドを走れるのは面白いが、それだけ。⑧2枚目は、ボタンを押～す～だ～け～。⑨ミトコンドリアに万歳（？）⑩収録台が、確率と出玉の違いだけでほとんど一緒。意味無し。

柿崎俊道

ゲームライター兼雑誌編集者。

ベスト10

①天誅 忍凱旋
②天誅 忍百選
③ギターフリークス
④ビートマニア
⑤鉄拳3
⑥銃夢～火星の記憶～
⑦サイレントヒル
⑧トバル2
⑨ポポローグ
⑩XI [saì]

①あの『天誅』でマップが作れるんですよ。びっくり。一生遊べる。PS2って、ネットでメモリーカードのデータは送受信できるんですか？ できると、マップデータの交換が簡単になりますよね。②あの『天誅』のマップが100もあるんですよ。しかも安い。半年遊べる。③ギタリストになりたかった夢を多少かなえてくれた。④何気なく遊ぶのに最適。女の子が来たときに、とりあえず遊んでもらうのに便利。⑤アーケードの出来がいいですからね。プレステのオリジナル要素にはあまり心惹かれないが、一番遊んだソフトかも。⑥原作のファンである僕はついつい進めてしまい、ついついクリア。あまりに簡単なので、やめることができなかったんです。結果、記憶に残る作品となる。ゲームに難解さは必要かと考えさせられる契機となった作品のひとつ。⑦本当の怖さを感じさせてくれた上、ゲームならではの選択肢を用意していたことに感心。懐中電灯を消せば敵は寄ってこないが周りが見えない。オンにすれば周りの地形を確認し、地図を見ることができるが、敵には襲われる。そのジレンマに囚われることの楽しさ。⑧身近な恐怖を味わわせてくれた。格闘ゲームの良作だとは思うので。ときどき、遊ぶし。⑨マップの達成率。モンスターファイルなどなど、何をしても無駄にならない展開に意表を突かれた。RPGにありがちな次の展開がわからず右往左往する間にも細かい達成感が用意されている仕組みは、僕には新鮮でした。⑩別れた女とはよく遊んだな。ある意味、ワースト1。

ワースト10

❶バイオハザードシリーズ
❷ブシドーブレード1・2
❸羅刹の剣
❹聖剣伝説レジェンドオブマナ
❺カードキャプターさくら アニメチックストーリーゲーム1
❻ビブリボン
❼アークザラッド
❽ファイナルファンタジーⅧ
❾エヴァと愉快な仲間たち

ないです。いい思い出は。『闘神伝』で永久コンボ入れられたり、格ゲーのラインナップがサターンと違い過ぎて涙したり、『やるドラ』のパンチラ（見えてない!?）には笑ったけどって、自分のこととはいえ私って一体。（奈良県　BELもなか）

❿エースコンバット3 エレクトロスフィア

①主人公たちが操作しづらく、ボタンの配置も覚えにくい。いくらユーザーが慣れたからといって、3まで同じシステムにするのはちょっと……。慣れるしかなかったというのが本音だと思うのだが。遊び手って結構我慢しちゃうし。②開発途中でしたか？③我慢を強いることで先に進ませようという考えが嫌い。④戦闘シーンに期待していた僕は、あの右も左も攻めも避けも判別つきづらいファイトに燃えることはできませんでした。⑤「CCさくら」の人気の秘密は、キャラクターも重要だが、作品全体の丁寧な作りにあったと言える。その成功に便乗しただけのゲームとしか思えなかったが。⑥選曲が悪かったのか、CDを自由に選んで遊ぶウリが実感できなかった。本当に曲によって違うんですか？⑦システムのテンポの悪さに辟易。最新作はいいとのことですが？⑧もう今更という感じはしますが、やっぱりダメゲーのひとつということで。というか、まだ1年しか経っていないのに、すごく古いソフトのような気がすることが悲しい。⑨とにかく人気アニメと麻雀をくっつけて出せば、そこそこ売れるだろう、という安易な姿勢が人気アニメの寿命を縮めたのではないか。⑩全体の雰囲気、操作感は良し。ジオフロントに入る際、狭い洞窟をくぐり抜けるミッションがある。敵もなく壁にぶつかったらリトライという、ただ我慢を強制されるイベントがすべてを台無しにしている。爽快感だけを求めてはいけないのだろうか。

カツラ珪

フリーライター。ゲーム以外に演劇系が専門。

ベスト10

①シヴィザード
②デビルサマナー ソウルハッカーズ
③ネオアトラス
④俺の屍を越えてゆけ
⑤信長の野望・将星録
⑥クーロンズゲート
⑦サガ フロンティア
⑧太陽のしっぽ
⑨刻命館
⑩たぬきの皮算用（麻雀ソフト）

①終わりなく何度でも楽しめる究極のシミュレーションゲーム。②イベントもシステムもすっかり成熟してメガテンファンとしては涙、涙。③歴史のお勉強ソフトとしてもグー。④独自の切り口を通す潔さ快！⑤光栄のシミュレーションから数値が消えた、快挙！⑥いまでもときどき見たくなるあの突出した世界はさすが。⑦『ロマサガ2』の魅力には遠く及ばないが、結局、全キャラで遊び込んでしまったんだから、システムはこなれて上出来だったのだろう。⑧あの温かい絵は年数を経ても見る価値あり。⑨攻め来る敵を待つ、という発想自体に燃えました。⑩西原理恵子の愛を感じます。

ワースト10

❶有限会社 地球防衛隊
❷セプテントリオン
❸サガ フロンティア2 ～Out of the Blue～
❹RIVEN
❺チョコボの不思議なダンジョン
❻ファイナルファンタジーⅦ
❼ファイナルファンタジータクティクス
❽どこでもいっしょ
❾バイオハザード2
❿I・Q

①単純作業もいい加減にしたい。初めてはずれソフトに手を出してしまった！②SFC版同様のスリルを期待して裏切られた。ディカプリオの人気映画に便乗しただけ？③歴史絵巻にしちゃ話があまりにチャチ。ああ『ロマサガ2』を移植してほしい！④謎解きが抽象的すぎ、ゲーム性も物語の妙も前作（『MYST』）より劣った。⑤ちょこまか、イライラ。⑥あんなに期待したのに……長々したイベントに腹が立つとは。⑦ゲームとしては魔法が強すぎる以外は別段悪くないのだが、『オウガ』シリーズ独自の確固たる世界が消えてしまった悲しさは埋め合わせようがない。⑧語彙や口調が通俗的すぎてワイドショー見てるのと変わらん。⑨ごめんなさい。とにかく私にゃ操作性が向かん。⑩いや、私がトロいだけなんです。上達しなくて……。

児山計

ゲームライター。元PC雑誌編集者。

ベスト10

①ガイアシード
②エア・グレイヴ
③パペット ズー ピロミィ
④セロファーンズ
⑤G T・A ～グランドセフトオート～
⑥探偵神宮寺三郎 夢の終わりに
⑦ペプシマン
⑧雷電DX
⑨ビートマニア APPEND GOTTAMIX
⑩るぷぷキューブ ルプ★さらだ

①パクリSTGと笑うなかれ。その情熱は高評価（今度はオリジナルSTG作ってね）。②隠れた名作。PSオリジナルSTGの中でも白眉の出来。③このゲーム、本気で笑い死ぬかと思った。地味なゲームだけどとっても楽しい。④ゲームセンターで「あの時代」を体験した人にはたまらない逸品。⑤人殺し最高！ いい意味でぶちきれたゲーム。⑥「読ませる」ゲーム。大人でないと楽しめない良質なアドベンチャー。⑦個性的なキャラゲーゆえか、こだわりまくった作り込みに職人魂を感じた。⑧移植ものだが完成度の高さは本当に素晴らしい。⑨偉大な原作の存在を逆利用し、家庭用オリジナルの楽しさを見事に提示した追加ディスク。定価が安いのも○。⑩単なるキャラゲーではない。倉庫番系思考型パズルゲームの中でも屈指の出来。

ワースト10

❶GUNばれ！ゲーム天国
❷エグゼクター
❸コナミアンティークス MSX コレクション1～3
❹ツァイトガイスト
❺アインハンダー
❻スターブレードα
❼サイバースレッド
❽ナムコミュージアム VOL.1
❾スターイクシオン
❿情熱★熱血アスリーツ ～泣き虫コーチの日記～

①これで俺はポリゴンSTG不信になりました。これをSTGと言いたくないです。②最強攻撃「ゼクター・シャイニングフラッシュ！」しゃべってる間は自分も動けず大ダメージ。全てが最悪最凶。③後にセガサターン版が1枚で出たときにマジでキレました。④すべてのタイトーSTGが名作とは……限らないのだな。うん。⑤コンセプトはおもしろいんだけど調整で失敗。惜しい。⑥業務用とまったく違う操作感覚に号泣。思い入れのあるゲームだったので悲しさも2倍。⑦これもまた思い入れのあるゲームだったので……あの出来は悲しかった。⑧収録作品ほとんどの出来が悪い。業務用に燃えていた人ほど激怒する出来。ただし2以降は良くなっているけど。⑨俺の『スターラスター』と「UGSF」を返せ！ 船内徒歩移動モードは不要だったと思う。⑩先に日本語の勉強をした方が良さそうな男子陸上選手育成ゲーム。天然ボケか？

いやはやなんとも……。（秋田県 QED）

高橋ピョン太

元ログイン編集長。現在はネットワーク事業に従事。

ベスト10

①moon
②UFO
～A day in the life～
③パラッパラッパー
④ネオアトラス
⑤ワールド・ネバーランド
～オルルド王国物語～
⑥モンスターファーム
⑦トルネコの大冒険2
⑧メタルギア ソリッド
⑨街
⑩グルーヴ地獄V

①ラブといい、字幕、絵、曲といい……、センス良すぎ。大人だよね。②ばっちしーん、ってなんともいい響き。やればやるほどはまる。③新ジャンル確立の功績をたたえて。とにかく、いい感じ。曲も良し。④オリジナリティ、高し。コロンブス、マゼランな気分が味わえる。⑤なんかしらんが、おもしろい。友達や仕事の大切さを知る、かも。⑥単純に、いいアイデア。もっとモンスターの種類がほしいけどね。⑦『ROGUE』系は、何度やっても楽しいね。ちょっと難易度低し。⑧ただひたすら隠れるキャラに感動。かっこいいんだか悪いんだか。⑨サウンドノベルの傑作かな。⑩ブランドといい、中身といい、ゲームといい、バカゲーの最高峰。

ワースト10

❶DIABLO
❷ポピュラス
～ザ・ビギニング～
❸G･T･A
❹上海　真的武勇
～グランドセフトオート～
❺テトリスプラス
❻ウンジャマ・ラミー
❼チョコボの不思議なダンジョン2
❽電車だいすき
プラレールがいっぱい
❾ザ・ドラッグストア
～マツモトキヨシでお買い物!～
❿メタルギア ソリッド インテグラル

①こんなの『DIABLO』じゃないやい。ネットワーク未対応だなんて。②『ポピュラス』は、パソコンでやればいいじゃん。③『G.T.A』だって、パソコンじゃー、もっとおもしろかったぞ。④もう『上海』にお金は払いたくないなぁ。いいゲームだけど。⑤『テトリス』も、もう減価償却でしょ。タダでくばってほしいぞ。⑥買ったけど、遊ばなかった。⑦買ったけど、遊ばなかった2。⑧オレが子供のころ、まねっこするヤツは、いじめられたけどね。⑨これも、これも。『ザ・コンビニ』でいいじゃーん。⑩ずるいぞ。また出すなんて……。買わなかった。

角田秀明

ゲームライター。M2所属。

ベスト10

①アーマード・コア
②鉄拳3
③カルドセプト エキスパンション
④ちっぽけラルフの大冒険
⑤シャドウタワー
⑥レイストーム
⑦ナムコミュージアム　VOL.4
⑧XI［sai］
⑨THE 麻雀
⑩グルーヴ地獄V

①本誌デビュー時に担当した思い出の作品。一番プレイしました。②移植度・追加ファクターの多さに感動。今もファラン命です。③サターン版からプレイしてました。④この作品で、久々にジャンプアクションに燃えました。⑤2回目以降のアイテム集め、武具修復なしプレイが熱い!⑥パターン作りの面白さを自宅でじっくりと楽しめました。⑦VOL.4は収録されているタイトルが非常に豪華で、大満足の出来。⑧腰を据えて楽しめるパズルモードが、個人的に好きでした。⑨PSの麻雀ゲームの中で一番プレイした作品です。⑩オープニングからハイテンションで、笑わせてくれます。

ワースト10

❶ザ・マスターズファイター
❷ブシドーブレード弐
❸ファイナルファンタジーⅦ
❹ファルカタ
～アストラン・パードマの紋章～
❺EVE　the lost one
❻街
❼ダンスダンスレボリューション
❽クーロンズゲート
❾女神異聞録～ペルソナ～
❿アーマード・コア
プロジェクトファンタズマ

①各ゲーム誌で最低評価だけあって……。②何回足を切られても死なない人間って……。③シリーズ中一番肩すかしを食らいました。④メモリーカード5ブロックも取るのに……。⑤『1』がおもしろかっただけに……。⑥テキストは素晴らしい出来ですが、ゲームのテンポが悪すぎ。⑦ゲームは面白いんですが、自宅で遊ぶゲームではないような。⑧システムさえよく出来ていたら……。残念。⑨戦闘の遅さが尋常じゃないです。ゲーム自体は面白いのに……。⑩シリーズ中で、パーツバランスが一番悪く、微妙な作品でした。

広田恵介

フリーライター。アニメ系の雑誌などで活躍。

ベスト10

①リモートコントロールダンディ
②トゥルーラブストーリー2
③トゥルーラブストーリー
④ときめきメモリアル2
⑤ベルトロガー9
⑥moon
⑦バロック
⑧玉繭物語
⑨メタルギア ソリッド
⑩攻殻機動隊
GHOST IN THE SHELL

①PSのコントローラーは、ロボット操縦器だったんだ!と大納得!②初めてギャルゲーで泣いた。③十数年前の自分に出会える。④恋は、遠い日の花火ではない。このの20回以上はプレイしないと、この奥深さは分からない!⑤『キリーク～』の泥臭さを払拭した傑作ハードSF。⑥ゲームを彩るデザイン・センスが抜群。東欧のアニメみたいだ。⑦システムの勝利。死んでも遊べるので、死ぬまで遊べる。⑧本編はどうでもいいが、クリア後の「永劫の回廊」、死ぬまで遊べる。⑨映画の要素をゲームに生かした成功例って、このシリーズだけ!⑩あの立ちくらみ的ドライブ感!　OPムービーもエロっぽくて最高!

ワースト10

❶NOëL―NOT DiGITAL―
❷ファイナルファンタジーⅧ
❸重装機兵ヴァルケン2
❹To Heart
❺ずっといっしょ
❻リフレイン ラブ
～あなたに会いたい～
❼メルティランサー
❽有限会社 地球防衛隊
❾Gジェネレーション0
❿愛しあう事しかできない

①システムの複雑化を進化と勘違いしたギャルゲー（だよな?）②ジャンクションって何?③プレイヤーが「何も出来ない」状況を作ったらゲームじゃないでしょ。④書けば書くほど描写が濃くなるなら、小説家は苦労しねえんだよ。⑤「どこでも」じゃありません。安易な設定の割に無神経なシナリオ。⑥田舎モノが真剣に青春ドラマを作ると、こうなる。⑦ボタンを押すたびに脳細胞が壊死していく。ちょっと頭悪すぎ。⑧困ったらギャル出すってのは、やめにし

プレステ全盛期、どこにいっても本体が入手困難な頃。近所の中古ショップが当時定価20,000円のプレステを「15,000円で買い取ります!」と言っていた事。（北海道　黒猫ジジ）

ないか？⑨『ガンダム』は「ゲームのネタ」ではない。アニメも必ず見て欲しい。⑩企画書、読みたい！　マーケティングがどうとか書いてあるんでしょ？

円山忍

隙間産業的ゲームプログラマー。

ベスト10

①風のクロノア door to phantomile
②俺の屍を超えてゆけ
③エースコンバット2
④サイレントボマー
⑤続・御神楽少女探偵団～完結編～
⑥アインハンダー
⑦グランツーリスモ
⑧グラディウス外伝
⑨R-TYPE⊿
⑩ガイアシード

①珠玉の3Dジャンプアクション。個人的には鉄拳より〝This is NAMCO!〟。②〝ゲーム〟の答えがここにある。貴方はゲームシステムとバランスで感動したことがありますか？③フライト3DSTGの決定版。やっぱアニメムービーとかは〝蛇足〟でしょ。④アーケードの香りがする爽快アクション。アーケーダーなら是非一度。⑤前作とセットで。ソフトウェアの丁寧な仕事ぶりに感動。これをやるとその辺の凡百ギャルゲーが如何に手を抜いているか解る。⑥「自機操作の忙しいアクションゲーム」として割りきってやると結構面白い。⑦初期のSCEソフトと比べると感慨深いものがある。⑧多少地味だが丁寧に作ってある。『グラⅣ』がアレだったので相対的に点数が上がったという意見も。⑨ポリゴンになってもちゃんと『R-TYPE』してるのが良い。頑張れアイレム。⑩ベスト10に入れるのは躊躇うが敢えて選定。偽タイトーSTGっぽさが心地よい。
※STG&ACG好きだが、あえて移植作は除外。苦労しました。

ワースト10

❶ファイティングアイズ
❷フィロソマ
❸修羅の門
❹ザ・マスターズファイター
❺エグゼクター
❻リヴァーシオン
❼闘神伝　昴
❽エア・グレイヴ
❾美少女戦士セーラームーンSuperS 真・主役争奪戦
❿スターイクシオン

①PS3D格ゲーの金字塔。これに比べたら『FIST』はマトモ（誇張）。パッケージの「拝啓フルポリゴン様」が笑える。コンビニ袋男にベストキャラクター賞。②ゲームが先か、ムービーが先か。とりあえずマグマックス面がムカツク。シロートがSTGを作るとこうなるという良い見本。③菩薩掌最強説。④PS2D格ゲーの金字塔。一言で言うと面白くない『ファイトフィーバー』。⑤腐った『エイリアンシンドローム』。⑥テクノソフトの暗部。同社『熱血親子』とタメを張るが、ポリゴンを使ってる分こっちの勝ち。⑦続編を出す事にファンを苦しめるという意味で『侍魂』と双璧を成す闘神伝シリーズの最終作。終わって良かったね。⑧とにかく淡白なSTG。自機選択で処理落ちしちゃいけません。⑨CGレンダリングのセーラームーンを見たい奴がいるのか？　無意味なシステム・何故かモーションキャプチャー・文字スクロールにムービー使用の3重苦。⑩『スターラスター』を汚した罪は大きい

水野隆志

ゲームデザイナー兼小説家。M2所属。

ベスト10

①バイオハザード
②バイオハザード ディレクターズカット デュアルショックバージョン
③バイオハザード3 ラストエスケープ
④メタルギア ソリッド インテグラル
⑤CLOCK TOWER ～THe First Fear～
⑥KING'S FIELDⅡ
⑦バイオハザード2 デュアルショックバージョン
⑧ディノ クライシス
⑨エイリアントリロジー
⑩源平討魔伝（ナムコミュージアム VOL.4収録）

①ゲームディスクとPS本体が壊れるまで徹底的にやり込んだ。②アレンジモードがとにかく素晴らしい。ハンターの群に感激。③完成度ではシリーズナンバー1。ナイフクリアに燃えた。④エクストリームモードのシビアさがたまらない。Perfect!⑤これぞホラーゲームの最高傑作。PSでの復刻にひたすら感謝。⑥イカ、トンボ、ガイコツにシロアリ。みんな手強いヤツだった。⑦エクストリームバトルに大満足。本編よりも遥かに面白い。⑧スピーディな展開がいい。原始人スタイルでのプレイが笑える。⑨映画の雰囲気を見事に再現。難易度が高く、やり込み甲斐あり。⑩アーケード以来の大ファン。これが家庭で楽しめるとは！

ワースト10

❶R？MJ――エムジェイ
❷ザ・マスターズファイター
❸ファルカタ ～アストラン・パードマの紋章～
❹七つの秘館
❺RISING ZAN ～THE SAMURAI GUNMAN～
❻DARKSEED
❼CLOCK TOWER ～GOAST HEAD～
❽フロントミッションオルタナティヴ
❾ヴァンパイア
❿パラサイト・イヴ

①凄かったなぁ、これ。あの衝撃は忘れられない。多分、永遠に。②伝説になるくらいの粗悪品。もったいなくて売る気もしない。③未完成に終わった壮大な叙事詩。④1セーブに5ブロックは勘弁。⑤出演者は豪華。ゲームはチャチ。⑤金の使い方を間違えた珍品。⑤バカゲーをバカにしたつくりが非常に不愉快。確信犯的悪質作。⑥グラフィックは魅力的だが、ゲームになっていない。⑦シリーズの個性が喪失。平凡なサイコ物に転落してしまった。⑧軍人をプレイすると思わせて、じつは幼稚園の先生。やるね！⑨無理矢理出した根性は凄いが、内容的にはあまりにも……。⑩中盤以降はストレスの連続。驚異的なムービーだけが空回り。

村井良介

ゲームライター。大学院で日本史学専攻中。

ベスト10

①ポリスノーツ
②風のクロノア
③moon
④メタルギア ソリッド インテグラル
⑤ファイナルファンタジーⅦ
⑥モンスターファーム
⑦リッジレーサー
⑧どきどきポヤッチオ
⑨ダービースタリオン
⑩スナッチャー

ワースト1

❶ポケットムームー

ベスト10とワースト10を挙げるということですが、やったことがあるPSソフトを数えてみたら、ちょうど20本。ということは、ベスト10に入らなかったゲームは、即ワースト10というサバイバルレース！……というのでは、あまりに何なのでワーストは1本にしました。ベストの方は、①を『ポリスノーツ』にしましたが、これは移植作なので、PSオリジナルなら『クロノア』。PS2が出ても2DACGは大切にしてほしいものです。『moon』も、最後のメッ

プレステを買って初めて遊ぼうとした時、CDケースからソフトを取ろうとしたら、力加減が分からず危うくソフトを破壊しそうになった。
（東京都　歩くこけし）

セージに疑問があるものの、意欲作で◎。ＰＳ2が出ても2ＤＲＰＧは大切にしてほしいものです。ワーストはミニ小島作品が3本。ワーストはミニゲーム集の『ムームー』。ゲーム中でミニゲームを買い集めるのですが、ゲームの中でまでクソゲーをつかまされる悲哀を味わいたくありません。

矢本広

ゲームのコトバ収集家。「クリエイターの原体験」連載。

ベスト10

①どこでもいっしょ
②キャプテン♡ラヴ
③ファイナルファンタジーⅧ
④メタルギア ソリッド
⑤ｍｏｏｎ
⑥風のクロノア
⑦パラッパラッパー
⑧ジャンピングフラッシュ！
⑨ＫＩＮＧ'Ｓ ＦＩＥＬＤ
⑩リッジレーサー

①カノジョをいつのまにかゲームに引きずり込んでくれそうだった、これ。②ギャルゲー・エロゲーに溺れる日々を後ろめたく思いだしたときには、これ。③おたくがどんな風に世間との関わりを意識していったかを窺うなら、これ。④たとえばハリウッド映画の主人公のように格好よくふるまえたのが、これ。⑤プレステによってファミコン体験を逆照射してくれた、これ。⑥アクション好きが柄にもなくふとストーリーに涙を誘われていたのが、これ。⑦ゲームに対する固定観念をあっさり更新してくれたものとしては、これ。⑧～⑩をプレステに何を期待していたのかを思い出そうとするときには、これ。

ワースト10

回答不能

本当にワーストなゲームというものがあるとしたら、それは何かをしたいとも、何かを語り伝えたいとも思わせないようなゲームなのだと思います。今の僕には、そんなものについて語るすべも、あえて誉め殺すほどの若さもありません。よって、無記入とさせていただきました。

ヨシムラシンイチ

フリー編集者兼ライター。

ベスト10

①トゥーム・レイダース
②グランツーリスモ
③パイロットになろう！
④天誅
⑤アイルトン・セナ・カートデュエル
⑥ブシドーブレード
⑦バイオハザード
⑧クラッシュ・バンディクー3
⑨コリン・マクレー・ザ・ラリー
⑩アーマード・コア

①「もうゲームなんて卒業」と大人になりかけたボクをゲームの世界に引きずり戻したエポック・メイキング的ゲーム。②友人と二人でたっぷりと半年は遊んだソフト。ＳＣＥＩの底力を見せてもらいました。③このゲームをしてから、飛行機マニアになってしまいました。④和風『トゥーム・レイダース』。緊張感はこっちの方が上かも。⑤本物のカートの動きを忠実に再現している。カート好きにはたまらない面白さ。⑥対戦格闘ゲームで、唯一ハマッたゲーム。一瞬で勝負が決まるのが最高。⑦いろいろと言いたいことはあるけれど、やっぱり面白いゲームですな。⑧苦手なアクション・ゲームながら、これはかなり遊ばせてもらったソフト。⑨ストイックなゲームが好きなんです。⑩ゲームをプレイしている時間よりも、エンブレム作りをしている時間の方が長かったりして。

ワースト10

❶ファイナルファンタジーⅦ
❷ファイナルファンタジーⅧ
❸バイオハザード2
❹アイルトン・セナ・カートデュエル2
❺信長の野望・天翔記
❻チョコボの不思議なダンジョン
❼ムーンライトシンドローム
❽フォーミュラ・ワン97
❾マリーのアトリエ
～ザールブルグの錬金術師～
❿Ｒ４
―RIDGE RACER TYPE4―

①グラフィックだけでは、評価はできない。②ゲームは映画じゃない、とボクは思う。③同じゲームを何回もやらせるな！④『1』のいいところが、全部なくなってしまった。⑤ちゃんと移植するつもりがないなら、リリースするな！⑥退屈。⑦なんか、わけがわからん。⑧インター・フェイスが最悪。⑨システム的に未完成な商品。⑩面白いと言う人がいるのは、わかるけどボク的にはダメ。他に使い道のないジョグコン、どーしてくれんだ！　ナムコ!!

若松和樹

フリーライター。他に歴史・軍事系雑誌に寄稿。

ベスト10

①影牢～刻命館真章～
②アジト2
③グローバルフォース　新・戦闘国家
④バイオハザード　ディレクターズ・カット
⑤メタルギア ソリッド
⑥天誅　忍凱施
⑦鈍色の閃光　32人の戦車長
⑧機動戦士ガンダム　ギレンの野望
～ジオンの系譜～
⑨Ｄの食卓
⑩アクアノートの休日

①トラップバトルのアイディアが秀逸。ダークな雰囲気も◎。②特撮世代はたまらない。よくゲームにできた。③大戦略系ＳＬＧの究極。前作の無駄を省いたのも良い。④仕掛け満載で1作目をやり込んだユーザーも楽しめた。⑤隠れゲーム・ハリウッド系。小島監督のセンスがＣＯＯＬ。⑥隠れゲーム・時代劇系。忍者ってこういうモンですよね。⑦戦車好きのハートを直撃。こんな狭い層を狙った度胸にも感動。⑧ガンダム物には泣かされてきたが、これで救われた。⑨飯野氏を天才だと思った（後にだまされていたと気づく）。⑩ほんとに「心の休日」を過ごしている感じ。

ワースト10

❶ときめきメモリアル
❷ファイナルファンタジーⅧ
❸ダークシード
❹ウイングオーバー
❺サイバー大戦略　出撃はるか隊
❻サイバースレッド
❼ディノクライシス
❽スーパーロボット大戦Ｆ
❾蒼魔灯
❿バイオハザード3
LAST ESCAPE

①ていうかギャルゲー全部。ただの偏見です。すいません。②こんなにプレイヤーにストレスを与えるＲＰＧも珍しい。③取説に攻略法を乗せるのは止めて下さい。④パクリのうえ、操作性がイマイチ。⑤大戦略十アニメ美少女で売上倍増！と発想が安易すぎ。⑥中古で買って5分で投げました。⑦ゾンビが恐竜に変わっただけ？⑧商品は完成してから販売しましょう。⑨ドジョウはそう何匹もいません。⑩素晴らしいゲームだが、ほんまに逃げるだけかい！

ＰＳ内部にこもった熱との闘いの日々。本体を縦に置いたり、扇風機を使ったりしたが結局壊れて、修理費8,000円払うハメに……。ＰＳ2はコアユーザーの酷使に耐えうる「ハード」であってほしい。（千葉県　Ｎ岡）

流通改革の意義…

溢れるベスト、廉価版

PS流通スペシャル対談





理想を語ることで始まったPS流通が岐路に立っている。PS2発売で見えてきた「中抜き」の現状。その兆候は昨年から見えていた。稲越一之氏と黒川文雄氏、2人の流通関係者が迷走するSCEの軌跡を語る。

理想的な形で始まったプレイステーション流通

—というわけで、PSの流通面を振り返っていただければ。

稲越：僕ら流通パートですか。僕はこんな感じだからいいけど、この人は微妙だからね（笑）。

黒川：デジキューブ自体が新参者（1）でしょう。だからPSの初期はわからない点もあるんですよね。

—PSの立ち上げ時、流通改革が話題になりました。

稲越：っていうか、最初はメッセサンオーでPSが扱えるかどうか、微妙だった。

黒川：ほんと？

稲越：そうそう。ま、そのころのメッセサンオーっていったら、フライングして、見境なく売ってという店だったからね。SCEIにしてみれば当然の話で。先方まで交渉に行ったんだけど、正直だめかなと思ってた。それが百台入ったんだけど、結局店員だけで80台くらい買ってしまった（笑）。

黒川：確かに当初は既存流通の再構築の意味がありましたよね。僕は昔、音楽CDの営業をしてたんですよ。そのころからCBS・ソニー（2）の営業は合理的だった。当時だと『トップガン』や『フットルース』のサントラ、または浜田省吾やレベッカなど、売れる商品作りができて、それをきちんと売っていくノウハウも凄かった。それがPSですごく生きたと思います。その後セガに移って、外からSCEIの流通なり広告を見ていて、ああいう人たちがPSを売ってるんだなと思うと、羨ましかったですね。

稲越：最初はよかったんだよね。

黒川：その後だんだん歯車が狂って。節目は'96〜'97年くらいだと思う。PSで『FFⅦ』が出て、『ドラクエⅦ』の開発がPSに決まったあたりで、だんだんと。

手元でリセットできなかったり、決定・キャンセルボタンがバラバラだったりと、ゲーム以外のところでストレスがたまる感じがイヤ。快適でないし。（北海道　人造人間21号）

崩壊するSCEI体制

店頭からネットへ

稲越：PSがSSを抜いて覇者になって、迷走しはじめた。

黒川：SSとPSが拮抗してたころは、業界自体が盛り上がっていた。店頭でもお互いに、営業をかけあっていたし、健全だったかなという気がしてる。それがなくなってきてから、次はTVCMを中心にするべきだ、みたいになって。

稲越：でも、本格的におかしくなったのは去年からだよね。

―PS2発表以降ですね。

稲越：その頃から店頭販促よりもTVCM中心の展開になって、店頭が去年から地味になった。でも結局夏の『どこでもいっしょ』あたりで、大した成果があがらなかったのに今でも変わらない。ちょっとおかしいかなと思ってます。

―小売店重視で始まったPS流通が、だんだん店頭を重視しなくなり、PS2ではネット流通に比重を移しつつある。

稲越：久多良木社長(3)が技術畑だから、合理化というときに、中間を抜くのが一番いいだろうと。それが利益を一番とれるんじゃないかという考えなのかな。

黒川：もうひとつは、時代の流れもあって、中間業者がたしかにきつくなっている。あとはSCEIというよりソニー的にいうと、昔は松下電器がパナショップという系列店で流通を抑えていて、ソニーはやむなくアメリカに出ていったんだけど、今となっては松下は系列店を維持するために莫大な資金を必要で、ソニーにしてみれば系列店の数が少なくて正解だったという経緯がある。それに絡んで、ソニーの理念として営業に過度に頼らない商品づくり(4)があるから、それほど店頭を重要視してなかったのかもしれない。

稲越：それはあるよね。

―良い物を価値がわかる人に売れば売れる。うちのトランジスタラジオは、値引きしませんとか。

稲越：結局ソニー自体がアメリカで成功して戻ってくる形になったけど、その過程で得た物は大きかったんだろうね。

市場の覇者となった後で 岐路に立つビジネスモデル

―PS以降ゲームはコンビニでも売られるようになりましたね。最初から手応えは？

黒川：いや、これは駄目かもしれないなと思ってたんですよ。デジキューブに移ったのは、流通の現場を経験したかったからですけど。最初はすごく陰惨で、玉砕ムードもあった。当時の5社連合(5)をはじめいろんな人たちから囲まれている不安もあったし、コンビニ側では本当にゲームソフトが売れるのかみたいな不安もあったし、お互いに疑心暗鬼だった。

―『FFⅦ』の取り合いが話題になりました。

黒川：『FF』に繋げるまで辛かった。最初の11タイトルは皆、低空飛行で。

稲越：みんな色々言ってたよね。

黒川：色々言われたし、実際に色々あった。それでも僕らが心配する以上に、ユーザーがコンビニと既存店を使い分けていったんじゃないかな。

―地方では専門店が圧倒的に少なくて、既存流通の穴を埋める意味合いも出た。

黒川：そうですね。そういう意味では、最初は僕らも必死にあがいたけど、途中から『FF』の力も借りたし、SCEIの力も借りたかもしれない。SCEIも割と協力的だったしね。逆に僕らのノウハウをPSドットコム(6)に転用した部分もあるかもしれない。少しは貢献できたかなと。

―一方で流通改革の意義は？

黒川：僕はあると思います。

稲越：僕はどちらかというと「あった」と。

'94年12月の頭に買い、初めて遊んだゲームが『麻神』。あのフルポリゴンにはマジでビビる。今でも『麻神』を遊ぶとあの頃が思い出される。（大阪府　藤岡賢一）

――それは、店頭を重視しなくなったという部分ですか？

稲越：そういうのもあるよね。SCEIの営業って、今まですごく自信を持ってたんですよ。でも最近は営業に何か言っても、ちょっとまってください、上と相談します、そんなんばっかり。権限がトップに集中したところで、逆に現場を仕切る人がいなくなって、下は苦労していると思います。

黒川：組織論というと大げさになるけど、PSはいい時期にいいソフトが出て、結果としてうまく回っていった気はするんです。でも組織は硬直化するし肥大化もする。ちょっと早すぎると思うけど、今、それがあるのかなと思いますよ。昨年末に島本営業本部長がSME(7)に戻られたのもその一つで。僕は直接お会いしたことはないんだけど、既存流通の窓口的な立場の人でしたよね。

稲越：島本さんね。最初にSCEIに交渉に行った時の相手が島本さんで。ソニーの看板を背中にしょって喋るんだよね。こりゃ合わないと思っていたら、最後まで合わなかった（笑）。ただ、専門店でちゃんと物が売れる環境じゃないと駄目だと言われてて。

――板挟みにあった？

稲越：そうかもしれない。確かに営業力はなくなってきたからね。開発とプロモーションに力がいっちゃって。

黒川：デジキューブに対しては元々SCEIから店頭支援はなかったし、僕ら自身でやらざるをえなかったから、そこはあまりわからない。でもTVCM中心で一時はよかったけど、『オメガブースト』あたりからCMを打っても売れなくなってきた。

――今までの方法論が効果がなくなってきた。

黒川：もしくはユーザーがわかっちゃった。TVCMや雑誌を見て何本かゲームを買ったけど、言うほど面白くない、みたいな感じ。『FF』をやってて思うのは、PSはいかに浮動票を取り込むかなんですよ。どうもそのマジックが効かなくなってきて、固定ファンは買うけど、それ以外の人は踊らされなくなった。

ベスト、廉価版…粗製濫造ショック

――そういうところにちょうど低価格ソフトが出てきましたね。

稲越：ベストについては最初は何も。開発費を押さえて安く売るというのはいいですし。『アークザラッド1』がベストで50万本とか、考えていたよりは売れました。でも途中から基準が下がったよね。

――『2』が出るから『1』をベストに、とか。

稲越：それはおかしいだろうと。その頃から廉価版ソフトや自社ベストなどが始まって、今はぼろぼろですね。売れてますか？

黒川：ベストは扱ってません。配送コストなどを考えたら利益が出ないんですよ。廉価版ソフトも本当に売れたのは『THE麻雀』など定番商品だけだから(8)、やっぱり扱うには抵抗がありますよね。

稲越：アタリショックじゃないけど廉価版ショックで、粗製濫造しすぎてメーカーが自らの首を締めてると思う。昔はユーザーも安いからいいじゃんと思ってたのが、



稲越一之（いなこし・かずゆき）
秋葉原メッセサンオーのバイヤーで当店の顔的存在。'91年に同店に入り、'94年からバイヤーとして活躍。

『バイオ』や『パラッパ』等の新しいゲームを生み出した反面、旧来のアクション・シューティングを駆逐してしまった、システマティックで斬新でちょっぴり残念なハード。（東京都　竹之内毅）

去年頃から安くてもいらないという風に変わってきてるのかな。SCEIのリリースでは、PS2では廉価版ソフトは出ないらしい。なにしろ今、週のタイトルの1/3が廉価版だから。それが市場を乱していることを、SCEIもわかっているんじゃないですか？

―では、リピート商売は定着しましたか？

稲越：してないです。未だに押し込みはあるし。リピート枠の在庫って、だいたい初回出荷分の2割くらいなんですよ。で、木曜日にちょっと売れたりすると、すぐなくなる。じゃあ、金曜日午前中に発注だ。いや、欠品してます、ちょっと待ってくれ、土日ないやん、と。逆に、初回が1万8千本なんで、あと2千本初回に足してもらえませんかというメーカーもある。結局意味がない。

黒川：初回重視は同じですね。

稲越：それもあって、せめて発売日くらいは店頭をにぎやかにしたいと思うんだけどね。

黒川：ノベルティ対策(9)としても重要。僕らも人のことはいえないけど（笑）。



黒川文雄（くろかわ・ふみお）
デジキューブ執行役員　宣伝企画部長兼第2商品企画部長。ギャガ・コミュニケーションズ、セガAM2研パブリシティを経て現職。

稲越：秋葉原みたいなテレカ至上主義はもういいですよ。デジキューブは『FF』にしても『ベイグラント～』にしても、ちゃんと考えて作ってるじゃないですか。僕の口からいうのもなんですが、今のアキバは変だよね。

黒川：そうですね。

稲越：DCの『センチメンタルグラフティ2』って、現時点では絵素材が1つしかないんですよ。だからテレカも一律いっしょ。じゃ、どこで買っても一緒だと。それって他店との差別化でもなんでもないじゃん。そろそろノベルティの意味を見直す時期だと思う。

―デジキューブでも販促物の効果はあります？

黒川：ありますよ。でも前より効果が少なくなった。予約自体が落ちてます。メッセはどうかわからないけど、僕らはここ1年くらいから予約数が激減してる。実際販売数に響いてますから。

稲越：うちも同じ。

―ここ1年というと、大作ソフトの発売延期が目立ちましたね。

黒川：あれだけ延びると、ユーザーの熱も冷めるかもしれませんね。まあ予約は懐に余裕があるときにするものだから、不況の影響もあるでしょう。それはSCEIだけの問題でもないし。

現場と幹部の乖離
崩壊するSCE体制

―その意味ではPSの流通が崩れていく様はSFC末期のダンピング合戦とは様子が違いますね。

稲越：似てないな。

―ハードが出るときは流通を締め直す時期じゃないですか。それが今回のPS流通に関しては当てはまらない。

稲越：それは締め直す前にSCEIの内部崩壊が早かったから（笑）。締め直せる人たちがいなくなっちゃったり、締め直せる体制じゃなくなっている。だから今回みたいに、PSドットコムをやるといっても、中古をやったり、わりといい加減な店までPS2が入ってくる(10)。

―入ってくるんですか？

稲越：多かれ少なかれ入る。

――目が行き届いていない？

稲越：末端の営業は一回流通を締め直したいと言っている。でも会社の体制として、PS2に併せて切ることは今回できなかったんだろうね。

黒川：余裕がないんじゃないかな。PSドットコムが安定したら締めるかもしれない。

稲越：でもそのころには、PSドットコム自体が辛くなっているかも（笑）。

黒川：厳しいなあ。

稲越：だって、PS2のラインナップ、まだ寂しいじゃない。まぁPSドットコムでもDVDやスピーカーを売ってるけど、それにしたって、何を売るのと思うもん。まぁうちもそうだけど。

――SCEIが内部崩壊しているように見える。その原因は？

稲越：僕らはあまりわからないけど、単純に昨年3月に社長が徳中(11)さんから久多良木さんに代わってからじゃないですか。

黒川：以前、丸山さん(12)が開発者と経営者はアクセルとブレーキだと言われてたけど、それがアクセルだけになった気はします。

稲越：トップが替わってあそこまで変わる会社も珍しいですね。

黒川：PS1のころは、そういう意味ではまだ健全だったと思いますよ。最初はSFCの外付けCD-ROMから始まったPSが、任天堂と決裂したことで、敵愾心もあっただろうし。一方でSMEでレコードをやってきた流れもあるし。自分たちでショップをもり立てていく、みたいな気持ちもあったと思う。

稲越：前は確かに一緒に店を作っていこうみたいな雰囲気はあった。SCEIは自分たちがやりたいことをやってみたい、なぜなら、それは楽しいから。だからやりましょうみたいな感じでやってたけど、今はないね。去年くらいから、いかに費用かけずに売ろうかという感じに変わってきてる。

PSドットコム、そして PS流通改革の意義とは

――コンビニ流通の定着とライトユーザーの増加は相関関係がありましたが、PSドットコムではどうなりますか？ アクセス数はすごいですよね。

黒川：でもユーザーの中身はわからない。本当に欲しいユーザーもいるけど、冷やかしでアクセスしている人もいて、業界関係者だっている。ドットコムでゲーム機の意味が変わる可能性はあるけど、会社で常時接続している人はともかく、家でダイアルアップしてネットに繋げている人が、そこまでして買うかどうか。

稲越：結局、常時接続しているのは既存ユーザーなんだから、変わらないじゃねぇかと（笑）。

黒川：うん、日本の電話のインフラや料金が変わらない限り、ネット流通は頭打ちなんだよね。

稲越：プレイオンライン(13)も含めて応援はしてるけどね。でもPSドットコムも結局通販じゃん。

――それはセガもしています(14)。

黒川：SCEIとしてはその後にあるeディストリビューション(15)の布石の意味があると思うんですけど、今はまだ通販ですよ。ただSCEIが動けば、社会の動きがドットコムビジネス、もしく

注釈

(1)PS発売は'94年12月。デジキューブ設立は'96年2月で、コンビニ流通が始まったのは'96年11月。

(2)'68年にソニーと米国CBSが設立した合弁会社。当時はCBS・ソニーレコードと言った。'73年から社名をCBS・ソニーと変更。その後グループ内で分離、合併を繰り返し、'91年に社名をソニー・ミュージックエンタテインメント(SME)と変更。

(3)久多良木健。ソニー内でPS本体の開発責任者としてプロジェクトを推進。'93年SCEI設立と共に出向し、専務になる。'97年副社長、'99年より社長に就任。

(4)ソニーのテープレコーダー第1号が一般消費者に理解されず、裁判記録用として裁判所に販売したエピソードは有名。

(5)デジキューブ設立に危機感を抱いたコナミ、ナムコ、エニックス、カプコン、ハドソンの5社が、'96年7月に共同でコンビニ流通配給会社の設立を発表。その後デジキューブがエニックス、カプコン、テクモ、ナムコ、ハドソン、バンダイ、バンプレストの7社から資本出資を受け、スクウェアの持ち株比率を49%に抑えることで合意がなされた。

(6)SCEIが今年1月に設立したインターネット販社。正式名称プレイステーション・ドットコム・ジャパン株式会社。



は通販に向けて加速するかもしれない可能性はありますね。ただ、続けることが大変なわけで。

稲越：そういう意味では、デジキューブは続けていることがすごいと思います。認知もされて。

——では、そろそろ時間なので、締めを。PS1の流通改革の意義って何でしょうか。

稲越：難しいね。

黒川：'90年代において、ゲームのビジネスモデルが大きく変換したという点では、PSというソフト・ハード流通、もしくはSCEIという組織自体が、ゲームに起こした功績は非常に大きいと思うんですよ。その中で我々のコンビニ流通も成功させてもらった。でも、途中でセガが脱落して、ある種バランスを欠いた中で、SCEIも迷走しているんじゃないかと。その結果はPS2で出ると思っているんで、自分としても流通の一員として、良い結果を出すように努力していきたいと思います。

——マイナスがゼロになっても、1になったかはわからない。

黒川：うん、まだ1になってない。

——稲越さんは。

稲越：うーん。意義って言われちゃうとな。

——流通の透明性は増しましたね。

稲越：そういう意味では、今でも任天堂の流通はおかしくて、それを改革した功績は大きいと思うんだけど、逆にきちんとしすぎていて、お店の画一化も進んでしまった。それが特に地方や小型のお店でマイナスとして出ている。そういう中で、アキバは早くからノベルティという部分で個性を出してきたんだけれども、今この状況において、それすらすでに画一化されている。PS2になってから、それを変えてくれる期待はあったんだけれども、結局SCEI内部の崩壊が早くて、それが果たせないまま進んでいると。PS2でやはり結果が出てくるというのはありますね。

——そういう意味では、流通団体(16)っていっぱいありますけど、ハードメーカーに関する団体交渉ってないですよね。

稲越：ないですね。

黒川：だから、流通は変わったかもしれないけど立場は変わってないんですよ。だからこの先、うちも含めてお店自体の売り方、考え方が変わっていかないとね。

——ありがとうございました。

（2月22日・深川にて）

(7)'91年に設立。音楽事業だけでなく、『天誅』などPSソフトも開発。SCEIは当初ソニー本社とSMEの共同出資で設立された。

(8)廉価版市場を立ち上げたのがカルチュア・パブリッシャーズ（現在はD3パブリッシャー）の「SIMPLE1500シリーズ」。詳細は38頁から。

(9)いわゆる販促物。値下げ合戦をするより、ショップ独自の販促物を作成して、店の差異化と共に定価販売を促進する狙いがあった。皮切りはメッセサンオー。

(10)当初PS正規取扱店は全国で4千店。現在は8千店まで増加。SCEIはこれを相当数減らしたい意向。目標は2千店程度とか。

(11)徳中暉久。SCEI初代社長。'99年3月よりソニー㈱デピュティCFO。

(12)丸山茂雄。元SMEの敏腕プロデューサーとして活躍。SCEI初代副社長で、現在はSME社長。

(13)スクウェアが2001年からサービスを開始する総合ネットサービス。『FF』シリーズのネットゲームや、ネットショッピング、データ配信などが受けられる予定。

(14)ドリームキャストダイレクト。DCタイトルがネットで購入可能。

(15)ネット流通のこと。2001年からSCEIはゲーム・コンテンツのダウンロード販売を開始予定。

(16)アクトを中心としたARTS、明鏡社を中心としたACESなどが有名。



低価格ソフトはゲームに何をもたらしたのか？

PS流通によって産まれた低価格ソフト。これらは5800円前後というゲームの価格帯に、ユーザーの商品選択の幅を広げるきっかけとなった。が、しかし……。低価格ソフトという視点からPS流通を振り返る。果たしてゲームの価格はどうあるべきなのか？

一時は安くなったと思ったものだが……

まずは思い出していただきたい。ファミコンからSFCに至るゲームソフトの価格の変遷を。FC『ドンキーコング』定価4500円、売価3980円からはじまったそれは「ちょっと高い玩具程度」の負担に過ぎなかったが、SFCも後期に差し掛かると1万円札でお釣りがこないケースも珍しくなくなった。そして、次世代機の到来。スペックの高さばかりが喧伝されたが、ユーザーを喜ばせたのは、なんといっても価格の低下である。原価が安く生産性が高いCD－ROMに代わり、5800円という低価格を実現した。当然のようにプレイステーション発売直後はソフトが山のように売れた。当時のゲーム市場は、まさに順風満帆の一語に尽きたといってもいいだろう。

人間は慣れやすい。そして慣れは……恐い。

当時は「安い」と思われていた5800円が、それほどお手軽価格とは感じられなくなってきた。どんなソフトも（多少の幅はあれ）基本的には5800円というSCEIの方策は、果たして本当に「いいこと」だったのだろうか？

業界を揺るがせた1500円ソフト

PSソフトの価格は5800円（「ザ・ベスト」のような例外は除く）という〝常識〟を真っ向から打ち破り、一躍定番タイトルの仲間入りを果たしたのが新興勢力D3パブリッシャーの「シンプル1500」シリーズだ。〝定価〟の3分の1にも満たない1500円という価格は業界を震撼させたばかりか、休眠していたPSユーザーの再起動にも貢献したといわれている。換言するなら「5800円って高いんじゃないの？」とユーザーに思わせてしまった業界の鬼っ子なのだ。同シリーズは、当初、TSUTAYAを運営するカルチュア・コンビニエンス・クラブの子会社のゲーム部門によってスタートしたが、後に独立。内部に制作部門を持たないプロデュース型のメーカーとして独自の地位を確立した。無謀とも思える価格破壊を実現させた伊藤裕二社長は、その勝算を次のように語っている。

「当初はPC用のソフトなども作っていたのですが、コンシューマ向けのソフト開発は非常にシンプルだと気づいたんです。SCEIにロイヤリティを支払うという構造はあるものの、制作に伴う煩雑さが全然違う。これはイケルというある種の確信がありました」

1500円ソフトの実現には、SCEIのロイヤリティ体系の見直しが背景にあったという。

「もともとはサクセスさんという開発会社からの持ち込み企画でした。その企画に賛同した結果が「シンプル1500」だったのです。持ちこみ段階では『麻雀』を1980円、『リバーシ』を1480円という具合にゲームによって価格を変えたいという意向でした。しかし、それは作る側の理屈であって買う側には意味のないこと。それならばすべて1500円に統一し、ブランドイメージを明確にした方がいいと判断したんです」

『パラッパ』ONLY!!　絵と音のセンスが、自分にピッタリだった。いろんな音楽ゲームが出たけど、"音の魔力"を一番表現できていると思う。プレステと言えば「リズムACT」です。（静岡県　K@ZU）

価格統一の裏に緻密なコスト計算があったことは間違いないが、伊藤氏は最後の味付けに「書籍の価格付けを参考にした」という。

「情報誌は300円がひとつの壁です。350円や400円になると中身は同じでも途端に売れなくなる。これと同じように書籍の場合は1500円が手軽に買える上限なんですよ。単行本は1500円までだったら抵抗なく売れますが、壁を超えたら一気に2000円になる。意外に1600円という値段の単行本って少ないんです。私はゲームも1500円が衝動買いの壁だと考えました」

「シンプル1500」の発売以降、より低価格のシリーズも発売になっているが、単に価格を下げれば売れるというものではないと伊藤氏は言う。

「例えば、すき焼きを食べに行って2万円、1万円、8千円、5千円のコースがあったとき、8千円のコースを頼むのが日本人(笑)。下から2番目の価格というのはユーザーに選ばれやすいんですよ」

「2番目の位置」は他社の動向によって変動してしまいそうだが、「シンプル1500」はその地位をブランドイメージによって確立してしまった。低価格を維持できる背景には同社ならではのコスト管理ノウハウがある。基本的に同シリーズのタイトルの初期開発費（開発会社への成功報酬ロイヤリティを除く）は1千万円以下であるという。そのために「この値段でできる制作会社」を探すところからプロジェクトがスタートするという。麻雀なら麻雀の、レースゲームならレースのノウハウを持つところに開発を依頼すればコストや労力を削減できるのは自明の理。

「シンプル1500」のもうひとつの強みは賞味期限の長さであろう。初期に開発された『THE麻雀』は未だに売れ続け、90万本のセールスを記録している。

本当に開発費は高騰しているのだろうか？

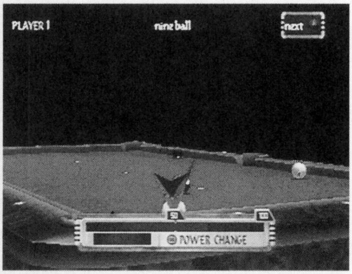
膨大な開発コストと人員、そして制作期間を要するジャンルといえば、RPG。それに1980円という価格をつけたメーカーがある。そのソフト『ドラゴンナイツグロリアス』を制作した会社、パンドラボックスへの取材依頼を決めたきっかけは、今回のPS特集に関するメーカーアンケートだった。「PSへの移行に伴って開発コストが上がったか？」という設問に対して唯一「下がった」と答えたのが同社だったのである。開発コストの高騰は自然の流れ。本当に下がっているとは到底思えないのだが、代表取締役の飯島健男氏は、こともなげに「当たり前のことですから」といってのける。

「正直なところキツイですよ。十分に利益が出るどころか、ユーザーに買ってもらえないとオシマイ。でも個人的には5800円って高すぎると思いますからね。月に1000~2000円の小遣いをやりくりしている子どもたちには手が出せませんって」

同社のコスト削減にさして〝秘密〟はない。徹底した人件費の削減が低価格維持を支えているに過ぎない。端的にいえば……パンドラボックスの給料は安い！

「もっともお金がかかるのが人件費です。しかし、この業界はどんなに下火になったところで人件費を下げようとはしません。でも、それってお金が欲しいからクリエイターをやっているのか、モノ作りがしたいからやっているのかわからないじゃないですか。しかもプライドが高い連中に限って『遊ばせてやっている』という高飛車なところがある。一時はそれに絶望して仕事を辞めようと思ったんです。だけど、本当にゲームが作りたい人だけ集めればなんとかなると気づいたんですよ」

きれい事に聞こえるかもしれな



『THE ビリヤード』。ジャンルの競合作の少なさもあって40万枚を突破。

5年前、プレステを買うか3DOを買うか迷って3DOを買いました。プレステはこんなにメジャーになってしまったので、やっぱり買わなくて良かった。（東京都　富山新也）

いが、ここまで話が及んだ段階でふと周囲を見渡すと、応接スペースの質素なつくりが否応なく目に飛び込んでくる。どことなく照明が暗いような気も……その一方で劣悪な労働環境という雰囲気はまったく見当たらない。

しかし一企業として利潤を追求しない姿勢に問題はないのだろうか？「そもそも1980円というのが常識はずれの価格ですから、もう数百円上げたってバチは当たらないのでは」と話を振ってみる。

「そう思います（笑）。でも、小学校4年生の女の子から『初めて自分のお小遣いでゲームを買いました』なんて手紙をもらっちゃうとねえ。『ありがとうございます』って2回も書いてるんですよ……もうお手上げですって」

同社の『ドラゴンナイツグロリアス』を初めとする「パンドラMAXシリーズ」は、いわゆる「安かろう悪かろう」商品ではない。無論、先端技術を駆使したCGはないが、それに代わるサービスを豊富に盛り込んでいるのだ。



『ドラゴンナイツ グロリアス』。サウンドノベル風RPG。満足度の高さはピカー。

シリーズ作をリンクさせ前作を持っているユーザーにしか楽しめない要素やユーザーからのお便りやイラストを織り込むことで、送り手と受け手がより密接に繋がる。こうしたユーザーとの距離の取り方がパンドラボックス最大の強みなのかもしれない。

「よく『自分が楽しめるゲームを作った』という開発がいますが、それがどうもピンとこない。たしかにハマればヒット作になりますけどね。ぼくが以前小説を書いていたとき、ある編集者が教えてくれました。『自分がおもしろいと思うものを書くな。例えば…そう、一級建築士の父と専業主婦の母を持つ私立の女子高に通う17歳の女の子で……と具体的なターゲットを設定して書くんだ』と。ゲームも同じ。最初は特定のターゲットでもいいから、ユーザーが楽しめるものを作らなくてはならない。あとはゆっくりと間口を拡げていけばいいんです」

飯島氏の思惑は当たった。取材時点で最新作だった『ドラゴンナイツグロリアス』の初回出荷分は7千本ながら、わずか数時間で完売。一気に2万本のセールスを達成したのちも週に2千本ペースで注文が舞い込んできた。コンスタントに売れ続けるだけでなく、シリーズを重ねる毎にファンを増やす大メーカーのタイトルなど滅多にないだろう。

「既存のメーカーは、まず真っ先に『自分たちが食べていくのにいくらか』を計算しますが、私たちは『いくらならユーザーに買ってもらえるか』を考えます。不可欠なのはコストダウンですが、それが手抜きであってはなりません。どうやったらお金をかけずにすむかを考えることなんです」

「こうすれば自ずと適正価格が導き出せるんですが……」と飯島氏。取材をほぼ終えて挨拶をするとき彼は最後に付け加えた。

「でもね、決して奇をてらってるわけじゃないんです。これって普通のことだと思うんだけどなあ」

価格がゲームの本質を反映していない！

「何といっても許せないのは各メーカー独自の『ザ・ベスト』。安易に値段を下げれば売れると誤解しています。だから、うちじゃ新作リストに加えてないんです。だって、最初に高い値段で買われたお客さんに対してあまりにも失礼だから」

のっけから気勢をあげるのは葛西にあるゲームショップ「GAMESマーヤ」の店長・秋谷久子氏である。葛西にただ一店舗のみを構える小規模店ながら、北海道から沖縄に至るまで顧客、いや常連客を抱える名物店だ。商店街の気っぷのいいおかみさん（失礼！）を思わせる風貌からは想像できないが、ゲームメーカーの上層部や

有名クリエイターたちと互角に渡り合う販促のプロフェッショナルなのだ。

「ゲームが売れなくなったのはひとえに業界が努力不足だからですよ。切り口を変えればまだまだ売れるはずです。ただ、ユーザーが細分化されてきたため、ターゲットがつかみにくくなったのは間違いありません。当然、ミリオンセラーが出る可能性は低くなりますが、販促さえ誤らなければ全体的にはもっと売れるでしょうね」

一般的に低価格のソフトはショップに敬遠される。売れたとしても利幅が小さいうえ、タイトルの多さ故に限られる商品棚のスペースを取られるからだ。低価格ソフトの弱味は、店に置いてもらえないことだといわれている。

「うちは置きますけどね。D3パブリッシャーさんの『シンプル1500』シリーズは大好きですよ。なんと言ってもコンセプトがハッキリしていて売りやすいですから。最初はコンビニ向けの商品かと思いましたが、あれは文字通りコンビニエンスな商品。店側にとってお客さんに勧めやすい便利な商品なんですよ。ですが、何度もいうようだけど、安易な廉価版だけは許せません（笑）。今、5800円という価格が高いか安いかと問われると答えるのが難しいですね。一般的には『高い』のかもしれませんが、それは本人の満足度次第ですから。ただ、間違いなくいえるのは、ユーザーの目が肥え、満足の最低水準が上がったということです。だって、今はCGがきれいで当たり前でしょ。SFC時代は定価もまちまちで、人気の度合いによって市場価格が変動していましたから、お客さんも価格に対して敏感に反応していたんです。でも、今は価格に変化がなくて、何もかもが平均点だから差別化しにくいんです。それが一番の問題でしょうか」

価格はそのものの価値を端的に表す、いわば〝顔〟である。しかし、一律5800円の市場では顔の役割を果たしていない。マーヤの熱血店長のアドバイスに耳を傾けることができる6000人の常連客は幸せなのかもしれない。

PS流通だから実現した低価格ソフト

そもそも低価格ソフトが成立するには、健全なゲームソフト流通網が前提となる。SFC時代のように5800円のソフトが翌月には980円に急落するような市場では、差別化を図れず存在できない。低価格ソフトはPS流通の申し子であるとも言えるだろう。ライトユーザーを取り込み、ゲーム本来の面白さで勝負する低価格ソフトは、なかなかの孝行息子のハズだ。しかし現実は、自社ベストという名のメーカーの安易な二度売り、文字通り安かろう悪かろうなソフト群によって市場は混乱している。販売店もいい顔をしない。5800円のソフトにユーザーが割高感を覚える、『ザ・ベスト』待ちで新作ソフトの売れ行きが鈍る、利幅が小さくお店の棚を取られる等、今のままではデメリットが大きすぎる。

それでも価格設定の自由度・多様性は、ユーザーの商品選択の幅が広がり、尊重されるべきものである。問題は、業界に流れる安易な姿勢なのだ。

はたしてPSソフトの平均価格5800円は高いのか安いのか？単純な金額だけを見るならば「かつてより安い」ということになるのだろうが、バリューフォーマネーの観点からいえば決して「安い」とは言い切れない。賛否両論のあったPS流通がまがりなりにも機能しており、さらにネットワークという次なるステージへと向かいつつある昨今。こうした中でメーカーのモノ作りにも、「シンプル1500」や「パンドラMAXシリーズ」は特異な例としても、質に見合った適正価格の検討に入ってもいい時期に来ているのではないか。メーカーから開発コストの高騰だけを訴えられても、ユーザーは決して納得しないだろう。

PROFILE
田中裕（たなか・ゆう）
1965年生まれ。フリーライター。行きがかり上、関わってしまった中古ソフト問題とゲーム流通問題がライフワーク（大袈裟）になりつつある昨今…。どちらもSCEIの次なる一手に注目しております。

持病の発作を起こしたイヌが、本体の上にもりもりのう○こをしたこと……ですか。（福岡県　ずみとし）

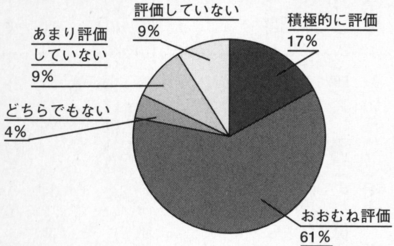
ゲーム業界関係者が答える
プレイステーションとは、こんなマシンだった。

メーカー編に引き続き流通編も大調査。ゲームショップはＰＳというハードをどのように評価したのだろうか？

ＳＦＣからＰＳへの流れの中で最も変化したのがゲーム流通。では流通各社はＰＳをどのように評価したのだろう。ゲーム専門店、量販店など50店舗にＦＡＸアンケートを行い、お店の生の声を集めてみた。

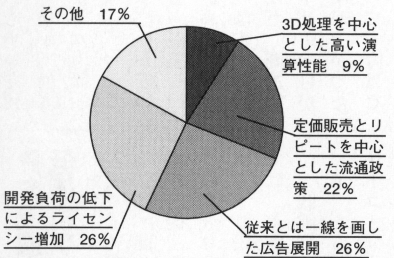
問1：ＰＳがゲーム業界にもたらした変化をどう評価しますか？

「ゲームユーザーの裾野を広げた点は評価できる」（大手ＦＣ本部）など、多くの流通関係者からＰＳを評価する結果が出た。一方で「評価していない」という声も少なからずあり、個々の店舗によっては両手を挙げて評価という訳にはいかなかったようだ。



問2：ＰＳでもっとも評価する点はなんですか？

メーカー編では流通面に票が集まったが、流通編では票がわれる結果となった。「広告展開：ＣＭ展開次第で内容以上に売れ過ぎたり、その逆もあったりで、良い面ばかりではないが……」（ホビーアイランド）「流通面：家電メーカーのため当初は供給量に不安があったが特別問題はなかった。さらに返品を数回にわたり行うなど小売店としては助かる一面もあった」（郊外店）。「性能面：今までのゲームという枠にとらわれずに、新しいジャンルのゲームが出てきたことは評価できる」（おもしろランドキャンプ中野店）など。

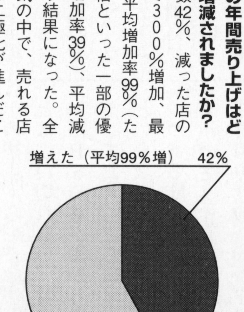


問3：ＰＳの改善点、またＰＳ2で改善してもらいたい点は何ですか？

売り上げ規模がメーカーより小さいため、より切実な声が多い。「発注段階でより製品版に近いライトワンスをみせていただきたい。時折完成度10～20%程度の資料で発注せざるを得ない時がある。これでは正しい発注はできない」（秋葉原メッセサンオー）「中古店との差別化。中古店にはペナルティーを加えて欲しい」（マジカルステーションＦＫ2武蔵小山店）「ＰＳ2早期ソフトの充実はもとより、ＰＳのソフトも今後積極的に出してほしい」（おもちゃのバンバン函南店）「超ライトユーザー向けの内容のないＣＭの大量投下でＴＶゲームのカリスマ性を地に落とし、一般の耐久消費財と同じく質よりも宣伝費の大小だけで販売数が決定するようになった。ゲームを早死にさせないでくれ」（ライズ）「ＰＳは他機種に比べ故障が多い。ＰＳ2では耐久度のアップをお願いしたい」（中堅ＦＣ加盟店）

問4：ＳＦＣ時代と比較してゲーム関連の年間売り上げはどの程度増減されましたか？

増えた店の数42%、減った店の数58%。最大で300%増加、最低で50%減少。平均増加率99%（ただし2倍、3倍といった一部の優良店を除くと増加率39%）、平均減少率31%という結果になった。全体として不景気の中で、売れる店と売れない店の二極化が進んだことがわかる。



問5：ＰＳは10点満点で何点のハードでしたか？

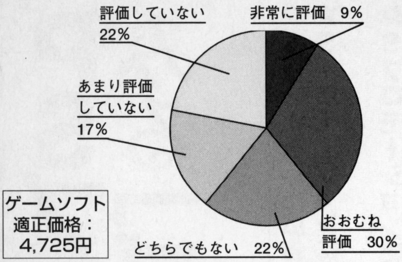
この質問もメーカーより低い点数となった。最高9点から最低2点。「流通面がまだ甘いところがある。いろんな問屋から人気ソフトの注文書がＦＡＸで送られてくる。そんなところにソフトを流すくらいなら、こちらに回して欲しい。きちんとＳＣＥと契約している方が損をする」（大手ＦＣ加盟店）

ＰＳの平均点数：平均6・3点

'96年1月に買った1号目が4回壊れ、'98年夏に買い換えた2号も最近よく止まる。ＰＳは「ガラスのエース」もしくは「貧血をよくおこす優等生」みたいな感じだった。（兵庫県　丸谷健太）

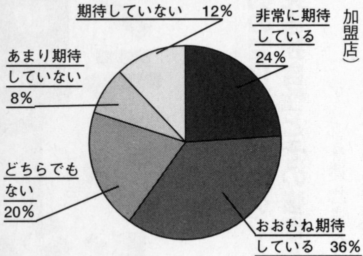
問5：低価格ソフト群の増加についてどのようにお感じですか？　またゲームの適正価格は何円だと思われますか？

メーカーと比較して評価していない率がやや高い。「前半は良かったが、後半のクソゲー乱発はマイナス。特に安易な廉価版ソフト」（大手FC加盟店）「廉価版ソフトはデフレを助長するようなもの」（パラライス21栃木駅前店）「廉価版のソフトの多さにはうんざり。値段を下げても売れないものは売れない」（大手FC加盟店）「低価格版を発売する際の返品体制を整えないと、在庫数次第では多大な損益になってしまう」（ホビーアイランド）。その結果、適正価格はほぼ同じ5千円弱となった。



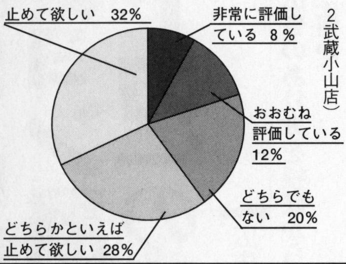
問7：PS2に対してどの程度期待を寄せていますか？

質問がPS2発売直前に行われたため、特に辛口なコメントが目立った。「もっと本体を市場に出して欲しい」（大手FC加盟店）「メーカーの戦略としては、良く出来ているし、結果から見ても大成功でしょう。でも流通からはずされている店としては……」（わしや）「安易な理由でPS2に参入しない為に、まず全メーカーの技術の底上げをしていただき、その上でラインアップの品質管理を徹底してほしい」（メッセサンオー）「ソフトの充実。個人的に興味をそそられるタイトルがない。お客様に勧めにくい」（大手FC加盟店）



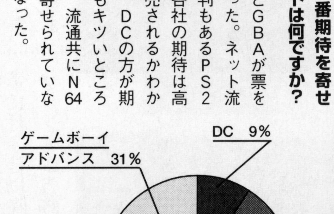
問8：ネット流通の拡大についてどうお感じですか？

否定論が6割を占める結果となった。「SCEIの宣伝のうまさは、非常に優れていると思います。ドットコムには驚きました。完全に定着すると思います」（中堅FC加盟店）。「ネット通販は当然の成り行きであって、小売店の立場から評価する、しないの問題ではない」（わしや）「ネットでの安売りは困ります。ネット＝高いという考え方がくずれると小売店に対し影響が大きいと思います。PSでは直流システム等で問屋をなくしたが、PS2でお客に直接売ろうとする姿勢はどうかと思います。市場をささえている小売店に対してひどすぎるのではないでしょうか？」（マジカルステーションFK2武蔵小山店）



問9：個人的に一番期待を寄せているハードは何ですか？

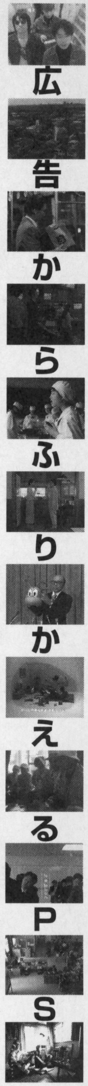
ここでもPS2とGBAが票を分け合う結果となった。ネット流通の拡大などで批判もあるPS2だが、やはり流通各社の期待は高い。一方でいつ発売されるかわからないGBAより、DCの方が期待が低いという点もキツいところだ。またメーカー、流通共にN64にまったく期待が寄せられていない点が浮き彫りとなった。



共にPS1を立ち上げたという自負

やはり流通各社のPSに対する評価は、中古問題に対してどのようなスタンスをとるかで大きく二分されるようだ。またPS1の立ち上げ時に共に協力した同志という自負からか、ネット流通に対して裏切られた、という思いもある。この点がメーカー各社とは大きく異なる点だろう。「リピートビジネス、流通改善という大義名分を掲げ、スクウェアをはじめとするサードパーティーを自陣に取り込む為に、中古禁止、定価販売など陰湿なイジメをもって強行したかと思えば、もはや踏み台の必要もナシと判断すれば一転して、通販で自らスタートから大幅値引きする。自らの野心の為にゲームそのものが食い物にされている感じがしてならない」（ライズ）「ゲームのアイデアがマンネリ化している。新機軸を出してほしい」（大手FC本部）「PSがCMや流通などゲーム業界に与えたインパクトは評価できる。ただ町の駄菓子屋的存在の販売店をないがしろにする様な流通はどうかと思う」（個人経営店）「まさかの勝者。よくやったと思う」（郊外店）「とにかく実績実績で、小規模店にチャンスを与えてくれない点をどうにかして欲しいです。メーカーにもクリエイターにもチャンスを与えようとしているのに、ショップは大手のみで十分、という姿勢を崩さないのはなぜなんでしょうか？」（ホビーアイランド）

お答えいただいた流通各社の皆様、厚くお礼申し上げます。ありがとうございました。



PSプロモーション展開にみる「ブランド力」の構築

PSがもたらした広告面の変化。それはゲーム広告のあり方を根底から揺さぶった。PSプロモーションに見る独自性とその強さとは何か。

広告批評　白滝明央

PSプロモーションに見るブランド作りの上手さ

プレイステーション(以下PS)の広告プロモーションのうまさは、そのブランドづくりにある。PSが今日のポジションを獲得した背景には、PS自体の性能の高さやソニーならではのデザインのよさ、流通やソフト開発の巧みさがあり、それらがクルマの両輪のように有効に機能した結果であろうが、それをこれだけの短期間で達成できたのは、やはり「広告の力」によるところが大きいと言わざるをえないだろう。

「ブランド」というと、ファッションを連想される人も多いと思うが、広告の世界では、一般的な商品に対してもこの用語を当てている。ブランドとは、いわば商品の「顔つき」とでも言うようなもので、その顔をどう作り、どう見せるか、そして結果的に、見ている人からどんな意識を引き出すのか。いま、マス広告では、この「ブランドづくり（ブランディング）」こそ、もっとも重視すべき機能であると考えられている。

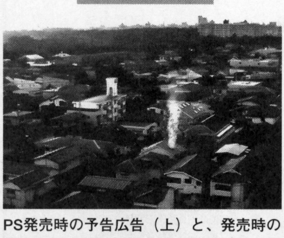
このブランディングをゲーム機市場で見てみよう。'80～'90年代半ばまで、つまり、任天堂とセガの2社競合の時代は、ことさら自社ブランドを意識せずとも済んだにちがいない。メーカーはより面白いゲームを開発することに意識を集中すればすべてはうまくいったし、ユーザーも2社のどちらかを選択すればよかった。両社のカラーは、それぞれの代表的なゲームが自然とブランドイメージまで作っていった（任天堂はマリオであり、セガはソニックだった）。

その証拠に、この時代のCMは、15秒間のほとんどが、ゲームの画面で構成されている。

ところがPSの登場でこの関係は一変した。選択肢が3つになるということは、「自分が何者であるか」、その立場を明確にしなくては、ライバルの中に埋没してしまうのだ。2社と3社とでは、市場の関係性はまったく違う。この辺りの感覚は、文明の発達していない民族が数を数えるのに、「ひとつ」「ふたつ」「たくさん」の3つの単語しか持っていないという話と、ある意味でとても共通していると思う。3社以上は、5社でも10社でも、人間の意識の中では「たくさん」なのである。

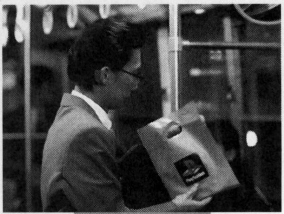
ブランドに関する前置きが長くなったが、PSの参入、つまり'94年12月3日以降、ゲームの広告は、ブランド広告時代に突入した。そ

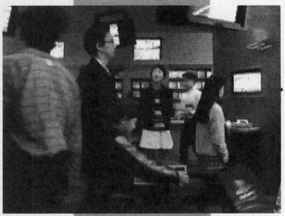




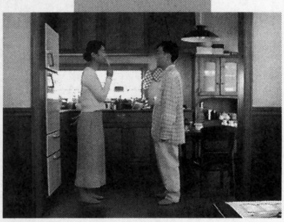
PS発売時の予告広告（上）と、発売時の広告。街を俯瞰で捉えるイメージは、今日のPS2にも受け継がれている。

ドラクエの新作がプレステで出るということなので、プレステ本体を買ったのが'97年１月。今だに出ないなんて当時は予想できなかった。2000年１月――、プレステはもう眠っています。（大阪府 たたら）









PS発売当初のプラットホームCM。「通勤」「売場」「学校」「お茶の間」の4景を使って幅広い層のユーザーに訴える。

して、このことをもっとも意識し、徹底して広告表現の中に組み入れたのがPSなのである。

　では、ブランド化のために、PSは広告で何をしたのか。

　最初に挙げられるのが、CMのフォーマット化である。「ポーン」という音で始まり、「プレイステーション」というアナウンスと「ガンガンガンガン」という音とともに「PS」のロゴが組み上がっていくカット（CI）で終わるというアレである。いまではこう書くだけで、誰でも頭の中にその映像が浮かぶと思うが、その「頭に浮かぶ」ことこそ、CMの功績なのである。

　PSは、特にCMの冒頭にCIを入れるという手法を「発明」した。いまでは冒頭CIは、ドリキャスをはじめ多くのCMでお馴染みだが、これを本格的に導入し、定着させたのはPSである。（専門的な話で恐縮だが、私の記憶では、冒頭CIを最初に使用したのは、'90年代はじめに放映された、いまはなきマツダの販売店アンフィニのCMであり、実はこのアンフィニとPSの制作者とは同じだったりもする。つまり正確には、アンフィニで試験的に用いた手法をPSで完成させたとも言える）

『バザールでござーる』（NEC）や『I.Q』の生みの親である佐藤雅彦氏は、「CMは音である」と言う。動きと音がシンクロした時、ヒトはより意識に残る、と。そうでなくてもお茶の間では、テレビは食事や新聞を読みながら、そのBGMとなっていることが多い。つまり視聴者は、「音でテレビを視ている」のである。そういう気まぐれな存在に対し、おそらく作り手は、最後のCIは機能しにくいと考えたのだろう。言うなれば、冒頭のCIは、玄関先で自分の氏素性を名乗る行為であり、お茶の間にとっては、それがひとつの合図となっていく。つまり人は何をしていても、頭の片隅で「ポーン」の音が聞こえるたびに、「PSのCM」という意識が生まれ、「何か面白そうだ」と思えば、改めて画面に目を向けるという行為につながっていくのである。特に「ポーン」という、最もシンプルな一音にしたことは、制作者に先見の明がある。後続のブランドは、同じ手法を取るにしても、何かしらそこに別の風味を加えなければならず、その複雑化の分、受け手の無意識から遠のいてしまう。言うなれば、「ポーン」は、チャイムのようなもので、PSのCMは、お茶の間に訪問する極めて礼儀正しいセールスマンなのである。

日常から半歩ずれたリアリティの絶妙さ

　では、冒頭と末尾に特徴的なCIを入れればブランド広告が成立するかと言えば、そう話は単純ではない。CIはあくまで「チャイム」であり、肝心なのは「セールストーク」である。そしてPSは、ここでも有能なセールスマンぶりを発揮した。

　'94年12月以降、PSがCMで描き続けているのは、ある種の「日常感」である。つまり、ゲームプレイヤーの気分を見せるということ。もちろんCMだから、誇張もあれば虚構（ファンタジー）もあるが、それを含めて、ユーザーと

それは数年前。会社の仕事収めの時、大きなミスをした私は会社をクビになりそうになり、傷心状態のままＰＳ本体とソフト２本（ナムコミュージアム１とニチブツアーケードクラシック２）を買いに行った……。（岩手県 バニッシュモンスター）

ユーザー予備軍が感じるリアリティを再現している。

たとえばPSの発売当初にこんなCMがあった。場面はゲームショップの店頭。小学三年生くらいの男の子が念願のPSを父親に買ってもらう。「包みましょうか？」と言う店員を、少年は「結構です」と丁寧に断り、PSの箱を両手に抱え家路に向かう。途中、同年代の小学生とすれ違う。相手の視線が自分の抱えている箱に注がれるのを感じて、少年は「見られてる」と、密かに喜ぶ――。

文字にすると他愛のないストーリーだが、質のいい映像と、嫌みにならない演出で、このCMは誰もが経験したことのある「欲しいものを手に入れたときの喜びと優越感」を描いた。これは、数あるCMのごく一例であり、こうした日常風景のちょっとした気分の断片を、PSは丹念に描いてきた。

ところで、PSには、プラットフォームのCMと、ソフトのCMがあり、そのソフトのCMにも、ソニーコンピュータ（SCEI）が広告主のものと、各ソフトメーカーが広告主のものとに大別され、それらは冒頭のCIカットの配色の違いで「黒ステ」「白ステ」と呼ばれている。この論考で例にしているのは、すべてSCEIの広告であるが、今回、過去5年間のCMの大半を見返してみて、改めて気づいたことがあった。各ソフトのCMは、基本的に日常を舞台に描きつつもバリエーションはさまざまなのだが、一方のプラットフォームのCM（これはPS本体が動くXマス前と入学・入社シーズン、夏休みなどに毎年放映される）は、その舞台が「学校」「お茶の間」「店頭」「通勤風景」の4つのシチュエーションにほとんど絞られている。そして、この4景を押さえることで、子供から社会人まで、幅広い層を取りこんでいるのである。

そして、PSの描く日常は、いつもちょっとだけ現実とはズレている。この「ちょっとだけ」の部分こそ、作り手の腕（センス）が試されるところである。日本間で所狭しとバスケットボールをプレーするNBAの選手も（『トータルNBA』）、まるで子供のようにゲームに興じる単身赴任のお父さんも（『みんなのゴルフ』）、カノジョが仕掛けたワナにハマっていく哀れな若者も（『影牢』）、みな片足を日常に乗せながら、もう片方の足を大袈裟なフィクションの世界に置いている。そして、それこそが「ゲーム」という行為そのものの絵解きになっているのである。

余談になるが、ブランディング以外の面として、PSのCMは、ソフトの浸透するスピードを劇的に速めたとも言える。例えば『パラッパラッパー』や『I.Q』『がんばれ森川君2号』といったまったく新しい分野のソフトは、ユーザーにどんなゲームかを理解してもらうまでに長い時間を要するものだが、このハードルをCMを集中投下することでクリアし、新しいカテゴリーと新しいユーザー（主に女性）を同時に掘り起こした。

変わらないことの難しさと偉大さ

PSのブランディングづくりの巧みさに関して、そしておそらくは、これが最も勝敗を決したポイントだと思うのは、先に述べたフォーマットにせよ、日常をホンの少しズラして描くトーンにせよ、発売以来5年もの間、そのスタイルをまったく変えずに続けてきたことだろう。「変えないこと」というのは、一見簡単なように見えて、実はとても難しいことである。変化や目新しさをよしとしてきた日本の広告の中では、PSの取る立場は珍しくさえ感じる。このことは、同時期に発売されたセガサターンがたどった道と、実に対照的だ。セガはたびたびキャンペーンのスタイルを変え、ようやく「せがた三四郎」にたどり着いた時は、もはや勝負は決まっていた。

PSと同じ「変えないマーケティング」を採るブランドに、アサヒ・スーパードライがあるが、ドライがCMの出稿量で勝負するタイプであるのに対し、PSは広告量の少なさ（ソフトが多数あるため一本当たりのオンエア量が制限されてしまう）を、クリエイティブの面白さと質でカバーするという戦略で、結果的に目指す方向性

ワールドカップのフランス大会、日本代表がジャマイカに完敗した翌日にプレステを買いに行った。『ときめきメモリアル』と一緒に……。現実逃避したかったんだい！ 以来ギャルゲーバカ一代の私。（千葉県 渡辺幹彦）

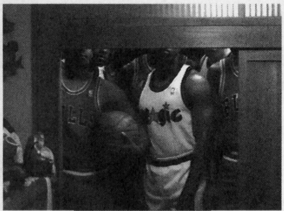
はまったく逆なのだが、両者はブランド構築のお手本のような事例と言える。

実はこの5年間、そしてPS2が発売された現在も、SCEIのCMは博報堂の黒須美彦氏率いるクリエイティブ・チームが一環して制作している。だからこそ腰の据わったブランディングが可能なのだが、「継続は力なり」を実行に移したSCEIサイドの見識もまた評価に値するだろう（多くの場合、広告は、その広告主が「飽きて」しまって変えることが少なくない）。

そして、ブランドをさらに確かなものにするために、実はPSの広告は、8～9割がタレント広告と言われる日本のCMの中で、意図してタレントの起用を避けている。時に気の利いたキャスティングはあるものの、基本的にPSの顔になるようなタレントはいない。私はかつて、制作スタッフの一人であるコピーライターの小霜和也氏にインタビューをしたことがあるが、氏はこの件に関して、「PSの広告は『白い皿』でいいのです」という比喩で答えてくれた。個性を出すべきは、一本一本のソフトのCMであり、それを乗せるプラットフォームまでが過剰に目立っては、ソフトのイメージ作りの足を引っ張ることになる。まして、特定のタレントにPSが乗ってしまえば、ある種のイメージが固定されてしまうし、そのタレントと運命をともにしてしまいかねない。ブランドという恒久的な財産と、タレントという「時分の華」とは、本来相容れるものではないのだ。そして、この「白い皿」という発想こそ、PSのブランドづくりのもっとも核にある考え方なのである。

最後に、やはり発売された以上、PS2にも触れておきたい。簡単に言えば、当初、私はPS2の広告は、PS時代とは（基本的には同じ戦略を採るにしても）よりスケールアップしたものに変わるだろうと思っていた。つまり、性能の向上をCMの質なりスケール感で描くという、いわゆるハリウッド映画的なマーケティングとクリエイティブで攻めてくるのではないか、と。が、フタを開けてみれば、PS2の広告はいまのところ何も変わっていないように見える。発売前の8日間、カウントダウン形式で日替わりCMを流すという、これまでにない試みはあったものの、そこで描かれる風景は、PS時代以上に日常感溢れるものであったし、ソフトのCMもPS時代のイメージをそのまま受け継いでいる。果たしてこれは何を意味しているのか？

現時点で思うのは、SCEIはPS2を、あくまで「プレイステーションver.2.0」とでも呼ぶべきポジションでとらえているのではないかということだ。発売前のパブリシティでは、優れた画像処理能力やDVDの再生機能を謳っていたが、CMを見る限り、むしろPSとの互換機であることに重点が置かれているかに見える。昔の資産を受け継ぎながら、時間をかけて新しい機能に移行していく——感覚的には、むしろパソコンのバージョンアップに近いのではないだろうか。そういう意味で、PS2は、これまでのどのゲームの登場時とも、違った意味を持っているように、いまは感じている。









上から『トータルNBA』『XI［sai］』『みんなのゴルフ』『影牢』の各CM。日常を逸脱する感覚がプレステの持ち味だ。

白滝明夫：月刊『広告批評』編集部所属。編集部でもPS2を2台購入しました。今あるソフトは『リッジレーサーV』『決戦』『FANTAVISION』『I.Q REMIX+』の4本。原稿が終わってから、ゆっくり遊ぼうと思います。

PSは文化たり得たか？

日本・アメリカをわずかに抜いてPSの世界市場シェア率トップに君臨するヨーロッパ。日本発のPSは、そこに文化としての根を張ることはできたのか？　事情に詳しい現地ライターが語る、ヨーロッパ市場でのPSヒットの背景。

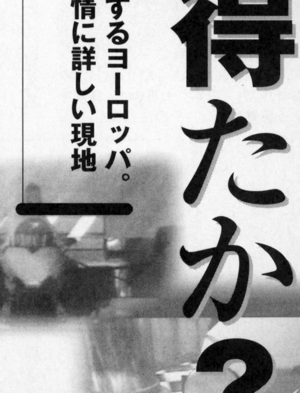
PSが欧州で人気を得るまでのプロセスとポイント

ソニー・コンピュータエンタテインメント・ヨーロッパ（以下SCEE）が管轄する地域はかなり広範囲に及ぶ。西ヨーロッパでは北はアイスランドから南はマルタ島までを含む20カ国、東ヨーロッパはカザフスタンまでも含めた7カ国、さらには中近東やオーストラリア、ニュージーランドまでをもカバーし、アジア、アメリカ大陸を除く世界中殆どの国を網羅していると言っても過言ではない。

しかし地理的にかなり広い地域をカバーしているにもかかわらず、ヨーロッパのゲーム市場は、日本やアメリカと比べ、市場的には決して大きいものではなかった。その最大の理由のひとつは、ヨーロッパの多様な言語や文化背景にあったと言える。そういった多様性の中では、ひとつのゲームソフトがハードの売り上げを大幅にあげるような現象は起きにくい。しかも、もともと文化の形式がかなり固まっているヨーロッパでは、ゲームというエンタテインメントがひとつの娯楽の分野、さらには文化として一般的に認められるのはかなり難しかった。

確かに、それまでにもPCをはじめ任天堂、セガなどのプラットフォームはすでにヨーロッパ市場にはあり、それなりに普及もしていた。しかしそれらはあくまで「ゲーム好き」な人々の間であり、「一般的レベル」での普及ではなかった。この複雑な多様文化圏では、「ゲーム」という娯楽がひとつの社会的文化現象にまでなり得るための土壌はなきに等しい。この難しさは、例えば、最近アメリカで社会現象にまでなった『ポケモン』が、TVシリーズのオンエアもすでに始まったイギリスでは、今だ一部の人々にしか受けていないという事実をみてもわかる。

さて、そんなエンタテインメントの普及が日本やアメリカよりも困難な環境で、'95年9月颯爽と現れたのが、プレイステーションという新しいプラットフォームである。今でこそ、日本の1728万台、さらにアメリカの2639万台を上回るプレイステーションの世界市場シェア第1位（2815万台）を誇るヨーロッパではあるが、上記のような理由から、発売当初は「爆発的ヒット」とは言い難い状況にあった。同時発売ソフトは『鉄拳』『ワイプアウト』などの強力タイトル。にもかかわらず、同年12月までのハード売上台数は35万台に留まる。今でこそ無数のソフト数



修理に出したプレステが3ヶ月も戻らなかった……。取次店の問屋の倉庫に置きっぱなしだったらしい。その後、ソニーは直接修理するようになった。でも、私は3ヶ月の空白ですっかりセガ派に(笑)。(新潟県 遠藤直美)

を誇るプレイステーションも、発売数カ月間にヨーロッパで売り出されたタイトルはたったの34タイトル、その中にはヨーロッパ開発タイトルはひとつもなかった。

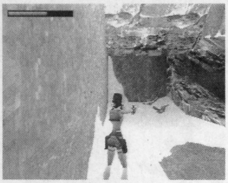
ところが翌年'96年、一気に売上台数を底上げする出来事が起こる。価格の引き下げである。それまでイギリスでは£299だった価格を£199に引き下げたことにより、同年夏までには160万台突破。しかも同年末にはヨーロッパでもっとも強いタイトル『トゥームレイダー』(注1)が発売され、クリスマス・シーズンだけで、約50万人の新規ユーザーを獲得する。

この『トゥームレイダー』が発売されたあたりから、ヨーロッパでのプレイステーションの知名度は一気に上がり始めることになる。そしてこの『トゥームレイダー』こそ、ヨーロッパでのプレイステーションの普及率を大幅に上げたゲームソフトであると言える。日本の市場のようにひとつのキャラクターがゲーム人口を増やす、といった現象が起きにくかったここヨーロッパで、このゲームの主人公ララ・クラフト(注2)は、それまでゲームをしたことのなかった女の子や成年男性の人気を集め、ゲームをするという行為が「かっこいい、スカッとする行為」であるという印象を人々に与えた。

このようなゲームに対する認識のトランジッションは、ヨーロッパでのプレイステーションの成功を考える上で、非常に重要なポイントである。このイメージの刷新で、プレイステーションは、ゲームプレイが音楽を聞く行為や映画を見る行為と同等のものであることを、10代から20代にかけての年齢層に強くアピールしたのである。その後'97年には2度目の価格改定(£199から£129)によりさらにその敷居を低く設定。さらに『F1』(注3)『グランツーリスモ』などヨーロッパで非常に強いレーシングゲームの発売や現地開発、『ファイナルファンタジーⅦ』のような人気RPGゲームを中心としたリリース数の増加('98年にはリリース数はアメリカを上回る)に重点を置きながら、ヨーロッパでの「プレイステーション」は、エンタテインメント・ハードウェアとして「CDプレイヤー」や「VTR」と同等の地位を獲得するに至るのである。

ヨーロッパはゲーム制作者にとって決してわりのいい市場ではない。最低でも4カ国語(英、仏、独、西)に翻訳をしなければ市場が広がらないし、日本からゲームを持ってくる場合にはNTSCをPALに変換しなければいけないという新たな作業が加わる(注4)。さらに各国によって人々の嗜好も興味の対象も違い、ひとつの方向性を定めにくいという動かしがたい事実がある。しかし現在それでもヨーロッパをゲームの大きな市場として認識しなければならないのは、プレイステーションが築いたゲーム文化の基盤がそこにできあがっているからだ。そして、新しい文化が入りこみにくいかわりに、一旦認められた文化が衰退しにくいこのヨーロッパ文化圏であるからこそ、発売から5年たった今、世界一のマーケットになり得たとも言えるのである。

それだけに、現在非常に懸念されるのは、新しい文化の浸透に手間暇かかるここヨーロッパ市場で「プレイステーション=ゲーム」という図式を築いた同じSCEEの新製品「プレイステーション2」の強力なライバルが、おそらく「プレイステーション」になってしまうのではないのかということだ。それをどのような方向性で突破してゆくのか、非常に興味深い。


ビクターインタラクティブソフトウェアから発売となった、初代『トゥームレイダース』。



SCEIから発売の『ワイプアウトXL』は、重力に反するかのようなハイスピードなレースゲーム。

注1:言わずと知れた、3Dアクションアドベンチャー。PS版は日本ではエニックスより『トゥームレイダー3』等が発売中。
注2:『トゥームレイダー』の主人公。走ったり、跳んだり、泳いだり、謎を解いたり、敵と戦ったりとお忙しい人物。
注3:『Formula1』開発は英シグノシス社。卓越したグラフィックとシミュレーション性の高い操作感覚で話題となった。
注4:テレビの表示規格で日米ではNTSC、欧州ではPALと規格が異なり、VTRやゲームを直接視聴できない。またNTSCでは1秒60フレーム、PALでは1秒50フレームのため、PALでは体感速度がやや遅く感じられるので、完全移植にはプログラム面での調整も必要。

両角みゆき(もろずみ・みゆき):イギリス在住のフリー・ライター。映画・ゲームを中心にエンタテインメントを幅広くウォッチ。

静岡大学 赤尾晃一氏インタビュー

好敵手なき市場で牙をむく覇者、PS2

平成12年3月4日、ついに発売されたPS2。PSドットコムによるネット流通など、その余波はPS以上に業界を揺さぶっている。そこに見え隠れする不安とは何か。

PSドットコムに見るSCEI支配の予感

―PS2とPS1で、SCEIに変化はありますか？

赤尾：覇者になりましたね。PS1の立ち上げ時は、任天堂という市場の支配者に対して、流通やゲームメーカーの中にアンチの気運が高まっていたのを見越し、すべて任天堂と逆の戦略をとった。流通にもソフト会社にもメリットを与えて、ユーザーにも夢を投げかけた。

―メーカー、流通、ユーザーと皆が望んだ変化でした。

赤尾：だから公正取引委員会でずっと審判は続いているけど（1）、SCEIが小売店に対して明確に価格拘束をした事実は、出てこないんじゃないか。あれは当時の流通関係者曰く、SCEI幹部と小売店経営者の「密約」か「誓い」みたいなもの。このままでは駄目だ、業界の因襲を俺たちが変えようという、立場を超えたすべての維新のエネルギーが集まったからこそPS1は成功したわけです。

―ただ、今はPSが勝者になった。

赤尾：それでSCEIは更なる市場支配を進めようとしている。PSドットコムがそう。専門店より価格が安く、既存流通は競合が難しい（2）。流通マージンも、SCEIが独占できる。究極的にはSCEIがすべて掌握できる市場体制を確立したい。それがSCEI幹部、今の「KK」プロジェクトの考え方に見える。

―「くたばれ久多良木」プロジェクトですね。しかも、出所をたぐっていったら、ソニーなりSCEI内部らしい。

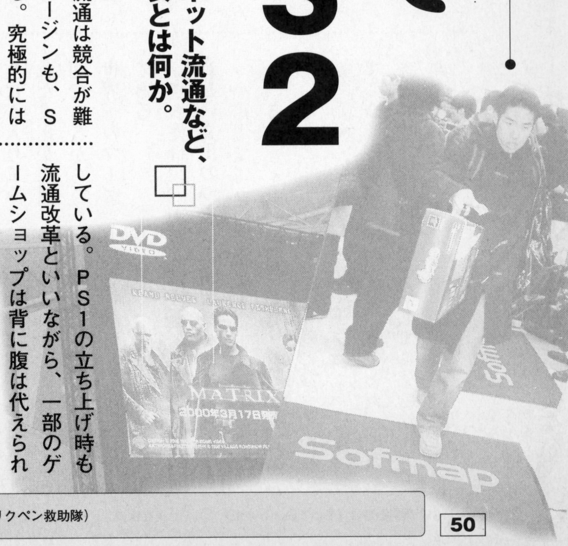
赤尾：そうだね（笑）

―今までの流通改革を放棄してネット流通を進める意図は？

赤尾：PS1では中途半端に終わった理想を今度こそ貫徹しようとしている。PS1の立ち上げ時も流通改革といいながら、一部のゲームショップは背に腹は代えられないと中古ソフトという陋習を復活させた。中古を扱う専門店の存在もSCEIにとっては不要に映ったのでは。

―なるほど。

赤尾：また、デジキューブが定着してPS流通の15～20%を占めるまでになった。流通は大手量販店と、TSUTAYAなどのAV複合店、あとはコンビニで充分と。ただ、それすらも補完的な位置づけで、将来的にはネット直販をメインにしたい。そうなれば、SC



E―営業本部が完全にコントロールできる、わかりやすい流通網ができる。

――ただ、この「中抜き」は時代の流れでもありますね。

赤尾：まぁね。でも中抜きしたら、市場のバッファがなくなる(3)。ゲームの売れ行きが直接メーカーに返ってくるわけで、リスクはますます高くなるはず。

――メーカーの優勝劣敗はますます進みそうですね。ただ、PSドットコムではロイヤリティの徴収方法も変わると聞きます。

赤尾：PS1の時は生産枚数に応じてメーカーはSCEIにロイヤリティを払っていて、SCEIの大きな収入源になっていた。それがPS2からは実売枚数に応じてロイヤリティを払うようになる。極端な話、20万枚作っても1枚しか売れなかったら、ロイヤリティは1枚分だけでいい。それは委託販売に近く、直販スタイルにより適した革新的な変化で、素直に評価したい(4)。だから今までのなれ合いスタイルが漂白されていくということ。ただ、それでもSCEIだけが儲かるシステムになっている、という点は指摘したい。

PSで一番進化したジャンルはAVG

――PSで流通は変わった。ではゲームは変わりましたか？

赤尾：やっぱりPS1ソフトのベスト10を考えると、SCEIのタイトルが、ずらっと並ぶんです。

――並びますね。

赤尾：結局その他のメーカーはあまり冒険できず、SCEIだけが、当初こそ躓いたものの、中盤以降からどんどん実験的なタイトルを成功させてきたわけだ。『どこでもいっしょ』や『パラッパラッパー』はSCEIにしか作れなかった。SCEIの開発はゲームの進化にとって非常に意義のあることをしたと思う。しかもゲームユーザーのすそ野を確実に広げたしね。

――そうですね。

赤尾：また、いわゆるアドベンチャーゲームがPSで進化した。やっぱり『バイオハザード』はPSがなかったら多分出来なかったと思うし、『メタルギアソリッド』もそう。もちろん、最初にナムコなどが良質なソフトを出してハードを普及させた功績も大きい。

――ただPSアワードのタイトルを見ていくと非常に象徴的ですが、昨今はソフトの二極化が激しいですね(5)。

赤尾：そうだね。良質なゲームでも、ミリオンに届かなければ10万本から20万本くらいで頭打ちのソフトが多い。

――30万本が10本売れた市場が、300万本が1本売れる市場になったと良く言われます。

赤尾：でも、それはゲームに限った話じゃない。映画も音楽も、みな一人勝ちの状況でしょ。結局、音楽CDでも宇多田ヒカルとGLAYは800万枚いくかもしれないけれど、ミリオンヒット自体は減ってるんだよね。

――制作費も右肩上がりでタイトルも増えている。その上で二極化が進めば……。

赤尾：経営が行き詰まるメーカーが増えるのも当たり前だよね。

――ただ、その現状はSCEIが当初目指した、開発負荷を下げてライセンシーを増やすという方針とは、違ってしまった。

赤尾：結果的には違ってるよね。

――やはりゲームビジネスは大作指向になりますか？

赤尾：いや、上手くやっていけば、30万本くらいのタイトルが何十本か年に並んで、その中で300万から500万本売れるタイトルがあるという、理想の市場に近づけていけると思う。それができなかったというのは、やっぱりゲームの価格設定が高いからじゃないかなぁ。6800円というのは、衝動買いの世界ではない。いくら何十時間も遊べるからと言われても普通は躊躇する。

――一方で不況の現状もある。

赤尾：その中でも特にゲームは単価が高いから、ユーザーの選択も保守的になりやすい。メガヒットもメガヒットの中で、雪だるま式に開発費が膨らんでいく。『FFⅧ』はゲームの実力に較べて、採算分岐点が上すぎだと思いましたよ。だから、ほんとは10万本でも利益が出るくらいの作り方をしなくちゃいけないんだけど、それを

『どこでもいっしょ』で、ある日いつものようにダウンロードすると、いきなり旅に出ると言われた。“出会いもあれば別れもある”などと、改めて感じた。（埼玉県 二代目伊集院光）

やるとまた、売れないんだよね。10万本売るつもりが、1万本しか売れないとか。でも、ハリウッド映画もそうか（笑）。

──ただハリウッドでは『ブレアウィッチプロジェクト』のような下克上が起こる（6）。

赤尾：まあね、でもゲームだってないとは言えない。「ゲームやろうぜ」（7）というのは、そういう意味で価値ある試みだった。『XI［sai］』なんて、ゲームの素人が作って百万本売れたという、最後のジャパニーズドリームだよ。だからそこを逆手にとって、新鮮なゲームを遊びたいよね。『ビブリボン』にそれを期待したんだけど……。

──売り上げも厳しかったし、ゲームもつまらなかった。

赤尾：ですよね。あれでもっとインタラクションの快感を求めるゲームデザインをしていれば、化けてたかもしれない。だから時代の風潮としては大作主義に流れていくのはやむをえないけど、アイディア次第で、いくらでもまだヒットする余地がある。だからPS2の下位互換性ってのは、実はそこに意味があるのかもしれないね。

──PS1で作って、大化けするとか。

赤尾：そうあってほしいと思う、本当に。

大義名分の見えないビジネスモデル

──そういう意味でPSは、任天堂帝国を打倒するためのビジネスモデルをきちんと作って、ある程度それを実行してきた。

赤尾：最初の2年間ぐらいはね。

──分岐点というのは？

赤尾：流通面では公正取引委員会の立ち入り検査だと思う。少なくとも任天堂打倒の時の戦略と、安定軌道に乗せるための戦略は違う。公取委から立ち入り検査を受けた段階で、常設的な返品枠を設置したり、仕切値を下げたり、流通政策を根本的に変えるべきだった。SCEIのビジネスモデルって、あまりにSCEIだけが儲かる構造になっている。確かにメーカーにはロイヤリティ率を変更した。それが今の廉価版が溢れる遠因にもなっているけど、返品枠の設置も結局一時しのぎだったよね（8）。

──常設はしなかった。ただ、その時点でPSドットコムを立ち上げるという思いは……。

赤尾：なかった。なんとか共存共栄しようと裏で努力していた。中古訴訟があり、ワゴンセールがあり、PS1が目指した流通の仕組みはどんどん骨抜きになっていった。けど、なんとか、専門店と手を携えて、というのがPS1後半ですよ。

──で、その結果がPSドットコムになった。

赤尾：共存共栄思想も消えた。

──ただ、組織も生き物だから、どこかで方向転換をしなくちゃいけない。マイクロソフトもPCだけでは頭打ちだから、X-BOXでコンシューマに参入という風になってきている。その意味でPS2で新しい儲かる仕組みを、というのはわかる。でも、そこに以前ほどの明確さなり、大義は見えますか？

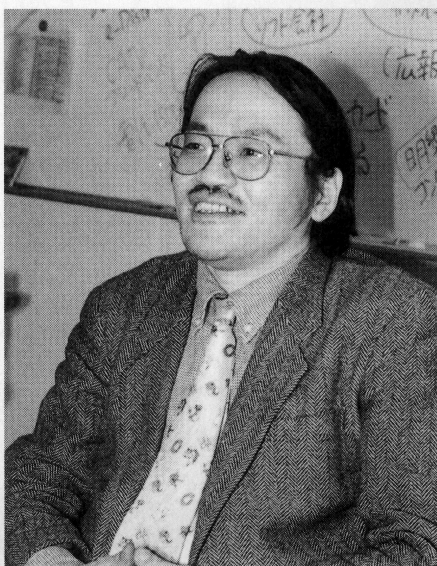
赤尾：ないね。覇者の道をひた走るSCEIの姿しか見えない。

──昨年3月にソニーの社内改革があり、SCEIが完全子会社になって、久多良木さんが社長になられた前後で、大きく変わった。

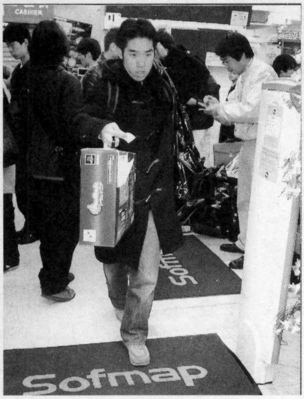
赤尾：久多良木社長が暴走しても、誰も諫められない環境が出来上がってる。

──久多良木さんの頭の中には、サードパーティではなく、映画や音楽など、異業種のクリエイターがいるという人もいます。

赤尾：久多良木さんって技術者じ



赤尾晃一：静岡大学情報学部助教授。『日経エンタテインメント』副編集長などを経て現職。ゲーム産業を学問的に研究。



ゃないですか。だから、あの人がどこまでゲームが好きなのか、わたしは疑問なんですよ。久多良木さんって、ゲームを遊んでいるよりも、次のハードのアーキテクチャを考える方が好きなんじゃないかとわたしは思う。

——PS1の時は、結果としてソフトが付いてきた。

赤尾：まぁ周辺の配置が良かった。技術者としての久多良木さんがいて、一方でソフトビジネスを仕切る丸山さん（9）なり、高橋さん（10）なりがいた。でも今はその役割の人がいない。ソフトビジネスをどこまで久多良木さんはわかってるんだろうと。

——任天堂の山内社長が言われる、ハード先行の危うさがある。

赤尾：その通りですね。結局は丸山—高橋ラインがソフト面をカバーして、スクウェアの取り込みにも成功した。その結果、PS1が大ブレイクしたのは事実だし、功績が大だったわけですよ。ところが2人ともSMEに戻られて、もういない。しかもSCEIの中でソフトの全権プロデューサーになるべき人が皆無に等しいんだよね。

——任天堂の宮本茂、カプコンの岡本吉起といった立場の人ですね。

赤尾：そう。SCEIの出すタイトルを、広域でコントロールできる、開発者出身のプロデューサーが社内に必要ですよ。でも今はサテライトカンパニーという形で、独立させる方向に進んでいる。

——一方で『マトリックス』と『リッジレーサーV』を、ある種同じ土俵で見ているのだとすれば、開発者は使い捨てで良いと思われているのでは？

赤尾：そうだよね。久多良木さんがよく言ってる、「PS2でDVDを見るんじゃなくて、DVDを搭載することで、映像や音楽のプロにゲームを作ってもらえればいいではないか」と。その一つの答えが『Øストーリー』でしょう（11）。

——ただ、サードパーティの中には、開発者どころか、ゲームすら使い捨てられる恐れを漠然と感じている人もいます。

赤尾：うーん、逆に僕はゲーム開発者は、どんどん使い捨てるべきだと思うんですよ。少なくとも、延々ヒットゲームの続編を作らせて、開発者を優遇しているというのは失礼だと思う。一人一品でも残せたら、それで充分では。それでゲームが使い捨てられると言うようなら、それまででしょ。

——じゃあ逆に業界は、新人育成を含めた、開発者の循環システムを作る必要がある。

赤尾：そう。だから『ドラゴンクエスト』は非常に優れたゲームだけど、いつまでも『ドラクエ』が3百万本売れる市場構造もおかしい。

——27号でPS2の特集をやって、ハードはわかった、次はクリエイターだと。次世代クリエイターって誰だって考えた時、名前が挙がらなかったんですよ。それで温故知新特集になった（12）。

赤尾：やっぱりSFC時代に成功した開発者がいつまでも現場にいちゃいけない。スポーツ選手と一緒で、ゲームクリエイターの旬って、20代から30代までじゃないか。あとはその経験を生かして、きちんとプロデューサーになるべき。それは宮本茂にも当てはまること。いつまでも『ゼルダの伝説』を作ってないで、プロデューサー業に徹するべきだと。でも宮本茂はなかなか開発現場から身を引けないんだよ。坂口博信も、堀井雄二も、みんなそうだと思う。

——みんな物を作りたい人。

赤尾：だけどそれは、ユーザーも悪いんだよね。いつまでも堀井雄二の『ドラクエ』に期待し続けてるっていうのがね。最近ゲーム好きを見て思うのは、こいつらほんと保守的なんだなあ、って。だから冒険的なタイトルが出ても評価しない。どうして『ROOMMA

プレステを買ったのがきっかけで、毎週のように秋葉原に足を運ぶようになりました。（千葉県 丸山聡史）

NIA#203』『スペースチャンネル5』が売れないんだろうと。
—ただユーザーの立場では、駄作が多いので挑戦できない。
赤尾：価格が高くて玉石混淆なのも確かだけど、ユーザーの冒険心もないよ。安定志向というか、自分が好きなジャンルを決めたら、それしか遊ばない。それがゲームユーザーの実態だと言えばそれまでなんだけど。
—その構造はeディストリビューションで変わりますか？
赤尾：現状ではまだSCEIのアドバルーンにすぎないと思う。構想の発表があっただけで、いつからどういう形でネットに繋がるかも、具体的にアナウンスがないよね（13）。電話回線を使うビジネスはスクウェアの「プレイオンライン」が担わされるわけだし。
—最近よく質問を受けるのが「PS2ってネットできるんですよね？」っていう。
赤尾：これはほんと大間違い。マスコミのミスリーディング（14）。
—もう一つ、よく若い女の子から「『シーマン』が遊びたい、でもドリキャス持ってない、だけどプレステ2が欲しいの」って。
赤尾：いるいる（笑）。
—でもすごく多い。それが今の業界の矛盾を象徴しているような気がします。
赤尾：うん。それはその通りでしょうね。
—ではPS1の意義とPS2における見通しとは？
赤尾：SCEIは任天堂のルールを打破して、新しいルールを作った。だけど、それはまだ理想にはほど遠い。今までは猫を被ってきたんだけど、PS2ではその本性がついにむき出しになって、牙を見せ始めたという。
—なるほど。
赤尾：専門店の数が減れば、専門店流通に依存しているメーカー、特にセガは大変だと思う。まあ量販店で売れるって言えば売れるんだけど。任天堂どうすんだ、ローソンと玩具店でしか売れないじゃんか（笑）。だから結局、ライバル会社と共存できる土壌さえ根絶やしにされかねない。
—ただPS2の一強皆弱で面白いゲームが出てくれれば、ユーザーは他のハードを買う必要がなくて便利ですよね。
赤尾：それは一つの正論だと思う。でも僕はやっぱり、市場には多様性が存在してはじめて活力が生まれると思う。だから一党独裁の市場は、長期的に見ればユーザーメリットに乏しい。これは任天堂なり、セガなりに「がんばれ」と言うべきかもしれないけど。

なぜPS2発売前から「3」の話題が出るのか

—また、今回のPS2に関しては「2」が出る前から「3」の話題が出ています。
赤尾：実はわたしは「じゅげむ」のインタビュー記事で、PS2の寿命はHDTV（15）など様々な周辺メディアの進展状況から考えて3年から5年。その後PS3を出さざるを得ないだろう。また今後テレビゲームのライバルに、AIBOなどのハイテク玩具が成長する可能性があると答えたんです（16）。ところがこの記事の、特にHDTVのくだりに、SCEIプロ

(1) '98年1月SCEIは公正取引委員会から独占禁止法違反により排除勧告を受ける。販売店に対しゲームソフトの価格拘束などを強要した疑い。現在も審判は継続中。

(2) PSドットコムではPS2本体が千円引き。ソフトはタイトルによって異なるが500〜1000円引き程度。送料は何個買っても一律450円。大手量販店や専門店以外は価格競争も難しい。

(3) 現在PSを売るにはSCEIとの契約時にショップが規模に応じた補償金を積み、その範囲内でしか発注できない。これは発注だけして逃げる店舗が出るのを防ぐため。一方で初心会流通は信用取引で後払い。悪名高い初心会流通も流通面のバッファとなっていたことは間違いない。

(4) ただしドットコムは注文販売に近いので売り上げが立ちにくく契約を渋るメーカーも多い。

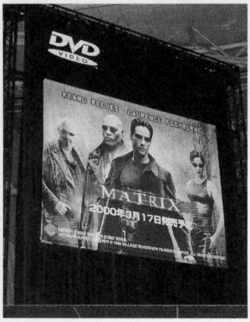
(5) 12頁表3参照。

(6) アメリカの大学生が2000万円程度の予算で撮ったサスペンス映画。インターネットを使ったプロモーションで全米の話題を呼び、大ヒット作となった。

(7) SCEIが'95年末から行っているゲーム開発者のオーディション企画。『どこでもいっしょ』もここから生まれた。

(8) '99年SCEIはショップの流通在庫の一部を自ら買い上げ処分した。ただし焼け石に水という声も。

「クソゲーばっかり」と、同僚Aが言った。「すぐ故障する」と、同僚Bが言った。ゆえに、プレステは持ってない。欲しくないしね（どっちみち任天堂派ですから、私）。（新潟県 島崎さとし）



モーション企画部からじゅげむ編集部を通してクレームがついた。

——本当ですか？

赤尾：本当。で、『じゅげむ』は次号、編集部の文責で謝罪文を掲載した。また、公平を期すために次号でSCEI岡本伸一氏（17）のコメントも掲載した（18）。そこで岡本さんは、PS2はHDTVに対応しており、10年は持つフォーマットだと述べている。確かにPS2は、スペック上ではHDTVに対応している。でもそのためにはハード面とソフト面の双方をフルに活用する必要があり、今でもわたしはスペック的にみて幸いことに変わりはないと思っている。また、HDTVとは直接関係ないかもしれないけど、久多良木さんがいろいろな記事で、2005年頃を目処にPS3を出す構想があることを語っている。なんだかちぐはぐだなぁと

——確かに久多良木さんは「3」についてほのめかす発言をしているようですね（19）。

赤尾：それはソニー本社とSCEIの次世代デジタル家電開発戦略の違いから来るんだと思う。

——ソニーとSCEIのビジョンが違うことは、漠然とわかります。ソニーがテレビとその周辺をネットワークで独占したいのに対して、SCEIは「ゲーム、ゲーム、ゲーム」と言いたいのでは？

赤尾：そうそう。SCEIは、まずはDVDやゲームを中心としたパッケージメディアの再生装置という切り口でデジタル家電戦略を考えていて、ソニーはネットワークでビット配信される情報を再生する、進化したテレビのような切り口で考えている。たとえばバイオPCをよりテレビ的にした、デジタル放送対応のハードディスク搭載テレビ。それ自体は他の家電メーカーも研究していると思うんだけど、ネットワークを通して情報が双方向的に扱えるなら、ゲームもその範疇に入ってくる。

——それがPS3になる？

赤尾：それはわからない。でも、久多良木さんはもともとソニーの研究所出身で、PS1の企画を温めていた。ところがPS1を立ち上げる時に、ソニーではできないからSCEIでやってくれと言われて、社外に出された。それが今になってSCEIが100％子会社になり、ソニーのデジタル家電戦略の中にゲームが組み込まれそうな気配がある。ちょっと待て、親会社が何を考えているか知らないけど、PSはPSだと。それが久多良木さんの早すぎるPS3発言に繋がっているんじゃないかなぁ。

——でも、もしその話が本当だとして、共にコインの裏表ですね。ユーザーレベルで言えば両方のハードが揃ったら無敵だと思います。本当に良いなら両方買いますよ。それよりも、まずはPS2で面白いゲームが遊びたい。

赤尾：そうだね。まったくその通りだと思う。

（2月23日・聞き手／小野憲史）

（9）丸山茂雄氏。元SME敏腕プロデューサーでSCEI初代副社長。PS1立ち上げの際「久多良木がいくら扱いにくいといっても、マライア・キャリーよりまし」と言ったという伝説あり。現在は独立してインターネットからアーティストを発掘して育てる音楽プロデューサーに。

（10）高橋裕二氏。元SCEI取締役。現在はSME。

（11）エニックスのPS2専用実写AVG。同社の『ユーラシアエクスプレス殺人事件』の流れを汲む。

（12）それでもラブデリック、大宮ソフトなどを紹介。

（13）携帯電話を用いたネット接続サービスを年内の早い時期に始める予定（日経新聞3月8日朝刊より）。

（14）「『プレステ2』は（中略）インターネットへの接続が可能なマルチメディア端末機」（日経新聞3月4日夕刊より）など多数。

（15）「高品位テレビ」の略。アナログハイビジョンや次世代デジタルTVなど次世代テレビ方式の総称。

（16）「じゅげむ」'99年Vol・8に掲載。

（17）SCEI開発研究本部本部長。

（18）「じゅげむ」'99年Vol・9に掲載。

（19）「久多良木は、すでに「プレステ3」の構想を練っている（ただし発売は、二〇〇五年ごろになりそう）」（ニューズウィーク二〇〇〇年三月八日号）など。

思い出にするにはまだ早い。（北海道 安城明生）

特集総論

PS1を解放しよう!

PS2にその地位を明け渡そうとしているPS1。そこに新たな文化的意義はないだろうか。

一般に商品を売るには、商品自体の価値（品質）と、ユーザーへの告知（宣伝）と、過不足ない迅速な供給（流通）の3要素が必要で、その最大公約数までしか商品は売れないと言われる。

そこで今回PS1の総括を行うにあたって、この3方面から分析を行ってみたが、その結果PSはまずレコード流通のノウハウで流通を変え、次にPSブランドの構築のために広告を変えた。その結果『パラッパラッパー』のような新機軸のソフトが、長期にわたって安定して売れる環境ができた、と言えそうだ。

ちなみに、この公式を他ハードに当てはめると、任天堂はまず「ゲームが変わる、64が変える」と言ってゲームを変えた（原点回帰かもしれないが）。その後ヒロスエなどのタレントを用いて広告を変えた。しかし流通は変わらず、売り逃しやダンピングが恒常化している。一方セガは湯川専務で広告を変えたが、ゲーム、流通共に中途半端に留まっており、結果ハードが伸び悩んでいる、と言えないだろうか。

その上でPSの文化的な意義をまとめると、やはりゲームを一部のマニアの宝物から、普通の娯楽の一つへと質的転換させたことにつきる。それにより市場は広がったが、ソフトの販売本数の二極化も、また進んだ。ゲームはもうカートリッジの中に詰まった宝物ではない。音楽CDやDVDと同じ、銀色に光る円盤に焼き付けられた情報の一つだ。ユーザーのゲームに対する価値観が以前とは異なってくるのも、当然だろう。

ただし、このPSが変えたゲーム市場のルールも、また動脈硬化を起こしつつある。昨年国内でゲームの売れ行きが低迷したのは、不況と、タイトル過多による軽いアタリショックと、PS2発表による買い控えが原因だった。PS1のソフト群よりも、PS2の期待感の方が上回ったのだ。そして今後PS2の普及でPS1がどのような役割を担うのかで、PS1の文化的な意義もまた異なってくる。

例えば今でこそ開発負荷が高くなったPS1だが、もともとPCをベースにゲーム開発ができる、ビジネスを考えなければ作りやすいマシンだ。開発機材一式で、4〜500万円あれば開発は可能だろう。ファミコンの開発機材が定価ベースで数千万円したことを考えれば、格段に安い投資だ。個人では難しいが、ハイアマチュアの集団、またはメーカーのセカンドステージ用には充分だ。

過去の歴史にならえば、いくらPS2で下位互換が保障されているといっても、PS1の市場は徐々に下火になっていく。であるならば、PS2をメジャーリーグ、PS1をマイナーリーグと位置づけ、仕様の公開やロイヤリティの軽減なども含めて、広くメーカーやユーザーに解放してはどうだろうか。eディストリビューションではないが、そこにネットワークを絡められれば、流通問題も解決する。

かつてSCEIはPS立ち上げ時に「今までのゲームが演歌なら、PSはニューミュージックを目指す」と述べた。その試みは達成されたが、逆にPS自体が演歌まではいかずとも、Jポップ並に固まりつつあるのも確かだ。ここでPS1を解放することで新しい刺激を得ることも重要ではないか。また、現在開発負荷が高いPS1&2を嫌って、携帯型ゲーム機に勝負の場を移そうとしている開発者も多く、こうした流れの引き留めにも繋がる。下位互換の意味もより生きるだろう。

本体の圧倒的な評価に較べ、まだソフト群に乏しいPS2。今後『ドラゴンクエストⅦ』『ファイナルファンタジーⅨ』の発売も控えており、まだまだPS1の稼働は続きそうだ。PS「2」という名称からも、PS1が引き起こした文化的ムーブメントを尊重し、継続していきたいという意志が感じられる。であるならば、そろそろPS1を商業目的から次のステージへと移行させる準備を始めてはどうだろう。それでこそ文化の意義も、また増すのではないだろうか。

（小野）

街みか2000

プレイステーションをブッ壊せ！

ＰＳをブッ壊す前に編集部がブッ壊れた小野さん。ゲーム批評に明日はあるのか!?

さて、特集内でPSを様々な角度からブッ壊してみた小野PSをブッ壊せ（39歳、独身、君の青春は〜輝いているか〜♪）さんは考えました。

ただPSをブッ壊すだけでは、SCEIに申し訳ない。ここは一つ、ゲーム批評自身を俎上に乗せて、ひとつギチョギチョのバキバキにブッ壊してみようじゃないか。というわけでバ松井・ヤマウチ両編集部員に聞いてみました。

「あーバ松井君、次の街みかは『ゲーム批評をぶっ壊せ！』だから」

「ありゃまこりゃま。じゃあゲーム批評も終わりですね。アデュー」（バ松井）

「えっ？　ちょちょちょっと待って！　あヤマウチ君、次の街みかでゲーム批評をブッ壊そうと思うんだけど」

「あーそうスか。長い間ありがとうございました。ビバさようなら」（ヤマウチ）

「えっウソ！　マジ？　グハッ!!」

というわけで、2人は編集部を辞めていってしまいました（実話）。なんとゲーム批評が文字通りブッ壊れてしまったのです。痛恨の一撃。ぐはっ！　小野ブッ壊せ（39歳、独身、負けたと思うまで〜人間は負けない〜♪）さんはギタギタのグチャグチャになってしまいました。

と、そんなところに編集部の扉を叩く音が。

「あのーライターとか募集をしてると聞いたんですが」

「（総務）あ、じゃあ履歴書を置いていってください。後で面接しますから」

――後日――

「（会社の偉い人）えー君は朝早く会社に来るのは平気かね」

「（丹治）？　たぶん大丈夫だと思いますけど」

「（会社の偉い人）じゃあ決定。明日からゲーム批評編集部で働いてもらうから、朝10時に会社に来てね」

というわけで様々な偶然と思い込みと勘違いが重なって、何がなんだかよくわからないうちに（実話）編集スタッフになってしまった新戦力丹治（26歳、独身、元ゲーム＆音楽ライター）。最初の仕事は編集部の床で転がっている小野（39歳、独身、生きる屍）さんの体をつなぎ合わせ、内臓を詰め直して縫合することでした。というわけで一度ぶっ壊れてしまったゲーム批評編集部。果たして本当に次号は大丈夫なのか。近所のコンビニの店員はなぜあんなに愛想が悪いのか。そんなこんなで今回の街みかは終了していくのでした。いないいないバババババァ〜♪

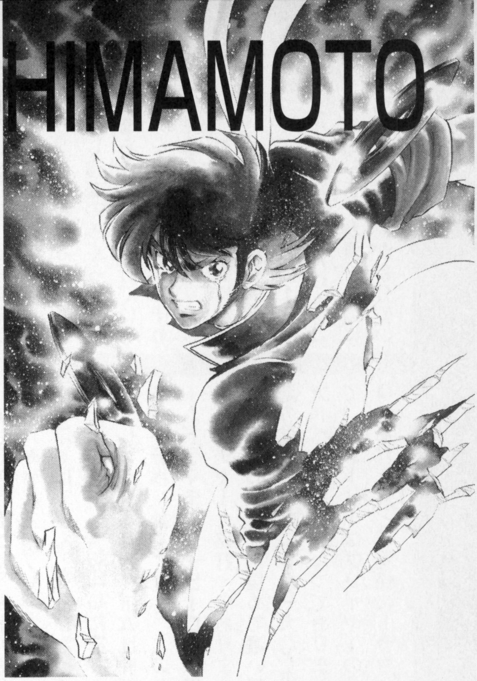


そこら中に内臓が飛び散った小野さん。腐る前に早く詰め直さなければ！

♥業界外広告、募集しながらゲー●●トみたいに潰れたら伝説ですね（大阪府　藤岡賢一）

♠「ゆきゆきて〜」というくらいなら奥崎謙三氏を出さなければ嘘でしょう。奥崎氏が毎号ゲームをする、これができたら偉い（三重県　上野良樹）

KAZUHIKO SHIMAMOTO



魂のこもった構図とネームで
多くのファンを魅了する
炎と逆境の漫画家、島本和彦氏に聞く。

Q1. 今回「プレイステーションをブッ壊せ！」というテーマでイラストをお願いしたのですが、テレビゲームは遊ばれますか？　また心に残ったゲームなどありましたら教えて下さい。

A1. 原作モノが好きで『ウルトラマン』関係や『あしたのジョー』『宇宙戦艦ヤマト』のゲームなど、昔から必ず買ってやるようにしていました。最近はこういったものが増えてきて嬉しい限りですが、逆にその数が多すぎ、全部をこなす事はできなくなってしまってる状況です。また、実際ファンの心に満足感を与える類いのモノがあまりない様な感じがするのが残念。ビジュアル等の方面は急速に進化してきているのだが、本当に求めているのはそこではない……というのは、原作モノに限らないゲーム全体に対して言えるのかな。後、自分が仕事で関わった作品はやはり思い入れが違って、やっていてかなり楽しい。心に残っているのは、やはり自分がかんでいる作品。今回のテーマ……個人的には、プレステに全く恨みはありませんが、なんか燃えるテーマですよね。

Q2. 島本さんの作品はどれも熱いエネルギーや主張を感じますが、そうした作品の原点になっているものは何ですか？

A2. 人の造り上げた作品を批判するのは容易いが、自分で責任を持って作り上げるのは難しい。これは、ただ作品だけではなく、人の生き方そのもの、仕事に対する姿勢にも同じ事が言える。本当に責任を持つという事が理解できれば、人にも優しくなれるし、違った考えの人とも上手くやっていくことも可能なはずだ。ただ自分の主張を叩き付けるだけではなく、その反作用として自分に返ってくるものに対し、謙虚に対応する事によって何かしら新しいものが見えてくるんじゃないか……てな事を考え、期待しながらやっているのかも知れないなあ。

Q3. 島本さんの作品は絵と共に台詞に力強さを感じますが、座右の銘などあれば教えて下さい。

A3. あまりやる気ばかり出して突っ走っていると体に負担がかかって取り返しが付かなくなっても大変なので、逆に「死ぬまではやるな！」という感じでやっています。その時々によって、自分にマッチする「やる気ワード」が違うので（いい言葉でも時を失うとその効力を発揮できなくなる）、その時自分にぴったりくるというものを考えますね（いつも考えている訳ではありません）。

Q4. 島本さんが影響を受けられた作家、アーティスト、また現在注目されている方がいらっしゃれば、教えて下さい。

A4. 今はやはり『新宇宙戦艦ヤマト』でしょう。松本先生のネームはやはりひと味違います。ヤンマガの『カイジ』も早く再開して欲しいですね。あのネームも読んでいて共感できて楽しいですから。

Q5. 現在凝っていらっしゃること、趣味などがあればお聞かせ下さい。

A5. 同人誌の製作。DVD鑑賞（SF作品を静止しまくりながら観る！）。あとは自分で管理しているHPの更新ですか……。

Q6. 映画やテレビ、作品など最近面白いと思われたものがあれば教えて下さい。

A6. 『シュリ』『おじゃる丸（早く新作がみたい）』『タイムレンジャー』『仮面ライダークウガ』

Q7. 今まで描かれた漫画の中で、いちばん気に入っている作品、またキャラクターなどがあれば教えて下さい。

A7. しいてあげれば『逆境ナイン』の不屈闘志。キャラクター自体に色々と教えられました。

Q8. 今、一番してみたい仕事があれば教えて下さい。

A8. 映像作品の監修。ちょっとした映画みたいなものを作ってみたいですね。

Q8. 最後にゲーム批評の読者に何かメッセージをお願いします。

A8. 物凄いテーマの本の表紙を描かせていただきましたが、このタイトルを聞いて、記事の内容を想像しながら楽しんで描かせていただきました。ただ、本当にはぶっ壊さない方がいいと思います(当たり前か)。気楽にプレイできてしかも奥の深い!!　ようなゲームがありましたらぜひ教えて下さい。

PROFILE

島本和彦：1951年生まれ。漫画家。代表作品は『炎の転校生』(小学館)『逆境ナイン』(徳間書店)など、熱いマンガ多数。
http://www3.gateway.ne.jp/˜sima/

大好評連載

悪趣味ゲーム紀行

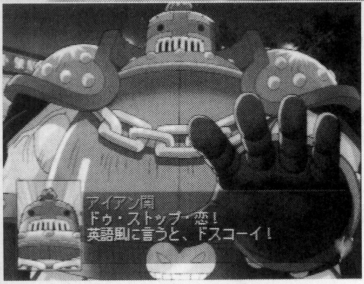
第二十九便

「キャプテン・ラヴ」

がっぷ獅子丸

いやもうホンットに花粉症が酷くてですねえ、人は皆どっかで何かしら因果を背負っているモノですが獅子丸この季節になると天気の良さに反比例して益々憂鬱になってきちゃいまして、ほら今年は昨年の10倍量の花粉っていうじゃないですか。毎朝起きると顔は浮腫んじゃうし鼻血でるくらいクシヤミが止まらなくて会社行くにもうちのマンションから駅までそれはそれは見事な杉並木がありましてですね、毎日目玉が馬鹿になるんじゃないかっちゅーぐらい目薬差し捲って、調子良い時は1日でワンボトル（アイリスAG－Ⅰ）空ける時もありますね僕ぐらいになるとやっぱ。なんだか自分でいま何を書いているのか分かんない最悪の状況ですが今回花粉症とはまったく関係のない作品『**キャプテン・ラヴ**』を紹介致します。最近ギャルゲーがすっかり下火になってさして目をひくタイトルも無い中、今でも「陽ノ下 光ちゃん命。浮気はできん！」とか言って『**ときメモ2**』**を封印したママ**なのでしょうか隔月刊ゲーム批評編集長小野様（独身）は？ このゲーム**ドラマチック・ヒーロー・アドベンチャー**と銘打ってありますがギャグの味付けが極めて濃い怒濤の愛をテーマにした一大(アホ)アドベンチャーとなっておりまして、ストーリーはプレイヤーの分身であり女性との関係にトラウマのある主人公が、実は通っている大学の教授がつくった「**すべてのひとびとにラヴを!!**」をスローガンに愛の共産化を企む**ラヴラヴ党**の一員であったトコロ、真実の愛に目覚め、大学の映研の友人の陰謀により**キャプテン・ラヴ**となり組織に捕らわれた彼女を救う為戦い続けるなか、数々の人物と出会い主人公は愛という深遠な問題に向かい合い精神的に成長してゆく、という思いっきり説明をはしょるとマイナー感全開に聞こえます？ やっぱ。冒頭、悪夢から目が覚めると永堀教授から電話がかかってきて『**どうしたんだ息をきらせて。息を切らすような夢を見ていたのか？**』初手からこんなトコで選択肢だすのにコイツは確信犯的に三の線を狙ったゲームであるのを実感しました。要するに世のカップルを撃退する為に存在するラヴラヴ党の実行部隊である**ラヴ・キャバリアーズ**のナンバー1であった主人公は、雨の中偶然出会った女の子と出会い不覚にもポーっとなっちゃったら実は教授の娘、ヒロインである**永堀愛美**ちゃんで、この愛美ちゃん他全員のキャラクターデザインがあのメスト野郎なら一発検索の**雑君保プ**センセでして、これがまたマルチアングルでビミョ～な味付けとなっておりまして、セリフもはじめ聞いたらビックリするような声で誰かと思ったら、どういう大人の事

がっぷ獅子丸（がっぷしししまる）
1968年生まれ。アーケード及びコンシューマの企画兼プロデューサー。手がけた作品に某業務用実写流血和風格闘ゲームがある。バカ雑誌のライターを兼業し、仕事との葛藤に悩むシックでメロウな32歳。



この『キャプテン・ラヴ』、元はお芝居の企画だったとか。（情報提供：矢本広）

情があったのか**エンクミ**じゃないですか。しかもこの彼女、胸のロケットに東京タワーの写真を入れて我が儘全開の個性的かつとらえ所のないリアクションの**トラディショナルな2次元野郎**にとってあまりに厳しい当落線上ギリギリのキャラクター設計。こういう書き方すると益々マイナーな印象を持たれるかも知れませんが、マちょっとまっとれ後で説明すっから。結局ラヴラヴ党と決別し教授に愛美ちゃんとの交際を宣言しに行くと『**これって我が党、宴会部の新ネタか？**』「お許し下さい！　お嬢さんに惚れてしまいました!!」『**…ううむ、やるね、君。迫真の演技だよ。ところでカメラはどこだ？**』「無いです。おれ真面目に言ってるんです。お嬢さんを愛してるんです!!!」『**マジ？**』「マジです」『**ゆるさーーん!!!　いけしゃあしゃあと何をほざくかこの小僧！**』という訳で愛美ちゃんは実の父親の組織に囚われとなり主人公は敵キャバリアーズと戦うハメになるんですが、戦闘シーンに**論撃バトル**という、平たくいっちゃうと口喧嘩で『**婦女子との交際は下らない事ではないのですか！　婦女子との交際は災いをもたらしこそすれ、幸せを呼ぶことなど絶対ないと!!!**』「それはおまえの愛が足りないせいだ!!　自分が何も努力しないのに幸せがやってくるはずないだろ！」という感じの非常にバカバカしいやりとりなんですけど、敵キャラからの音声メッセージに対して順次発生する選択肢で言い返すという、コマンド選択の上手く目先をかえたシステムがありまして、これと肯定否定に調子の強弱をつけた「**ファジー選択システム**」がシナリオに上手くマッチしています。このあと更に滅茶苦茶長いので以下割愛しますけどこのゲーム、シナリオのシチュエーションがニッチにニッチを重ねたターゲットが極めて狭い盛りつけではありますが、突飛なシチュエーションのC調シナリオかと思えば個々のキャラクターがきちんと設計されていて、はからずも市井の恋愛ゲームよりよほど真摯に「恋愛」というテーマに向き合っております。後半のシナリオの盛り上がりについては、設定が普通でも、引きこもりがちな糞シナリオライター様が書いた女の子の描写に全くリアリティのない知的水準の低いギャルゲーや糞アドベンチャーよりか、遥に水準が高く、獅子丸個人的な印象としてはゲームの中身的にモチット注目されても良いんだけどな～とも思います　けど、残念ながらコンシューマゲームの世界では「笑い」や「バラエティ」というジャンルに対して世間の扱いはまだまだ低く、と言うよりはコレ、ギャグのレーティングといい**プレステで出すのは間違い**じゃないかと思う程、作り手が自分の感性丸出しで水平方向の訴求対象に趣味嗜好をさらけだしちゃった結果じゃないでしょうかね?!



画：南敏久

キャプテン・ラヴ
（ドラマチック・ヒーロー・アドベンチャー）
メーカー：東芝EMI／機種：プレイステーション／価格：￥5,800／
発売日：'99年3月11日

岡本吉起の言わしてもらうで

好評連載「言わしてもらうで」第9回のキーワードは"PS"。他人を下げずに自分を下げる関西芸風に業界中話題騒然！

第9回　PS1を振り返る

私や直接触ったことがないから詳しいことは知らないんですが、初期のPSってのはずいぶん大変だったそうです。改行位置なんかをちょっといじるのにも、プログラマがコードをカシャカシャ打ち込んで、結果を見るにはプリントアウトするしかなかった。Illustratorが登場して、やっと画面で確認しながら作業できるようになったわけだけど、文書レイアウト機能を最初はグラフィックツールが背負ったってのが面白いですよね。

……え、話が噛み合わない？　PSって、プログラム言語のPostScript（注1）のこっちゃないの？　なあんだ、一所懸命調べモノまでして知ったかぶって損した。じゃ、仕切り直してマジメに行きましょう。「追伸」の意味の英語「postscript」の略である「PS」が使われだしたのは、私の周囲じゃ'70年代の末ぐらいだと……。はい、すんません、もう見え透いたボケはやめます。

さて、ゲーム業界に初めて出てきた「プレイステーション」って名前は、任天堂さんとソニーさんが共同開発するはずだった、幻のハードのコードネームでした。結局任天堂さんは降りちゃってN64に向かい、ソニーさんは'93年に子会社のソニー・コンピュータエンタテインメント（SCEI）を設立して、'94年暮れには自力でゲーム機を発売、それをなんと「プレイステーション」と名付けてしまったわけです。普通、そんなケチのついた名前なんかイヤがるだろうに、わざわざ社運をかけた新鋭機の名前に持ってきたところに、SCEさんの意気というか、執念を感じますね。臥薪嘗胆（注2）っつうもんですか。

しかしそのPS対応ソフトの初期ラインナップを振り返ってみると、ハッキリ言って大したことない。本体と同時発売の自社ソフト『クライムクラッカーズ』（注3）なんて誰も覚えてないし、アートディンクさんの『A.IV. Evolution』は値段が7800円と高い上に、本体同時発売にしちゃ客を選ぶゲームですからね。唯一一般受けするのはナムコさんの『リッジレーサー』ぐらいだけど、これも爆発的に受けたっていうより、じわじわ

（注1）PostScript
Photoshopなどのグラフィックツールで知られるソフトメーカー、アドビ システムズ社が開発したプログラム言語。印刷文書のレイアウトを指定しプリンタに処理させるために使う。

（注2）臥薪嘗胆
中国の春秋時代。越国の王、勾践に父を殺された呉国の王、夫差は、固い薪に臥して苦痛を実感し闘志をかき立てた。その夫差に会稽で敗戦した勾践は、自ら苦い肝を嘗めて復讐心を燃やした。以上の故事から、将来の成功（特に報復）のために進んで苦労を重ねることを指す。なお、江戸時代を通じて白眼視され続けた薩摩藩士が、倒幕の志を込めて、この「臥薪嘗胆」の略「臥嘗」にかけた「賀正」という年始挨拶を好んで使い、それが現在の年賀状に残っている、という話を知る者は少ないが、実はいま考えたデマカセなので知らなくて当然と言える。

（注3）『クライムクラッカーズ』
'94年12月SCE、PS用。SCEの業界デビューソフトとなった3DアクションRPGだが、気の毒なほど影が薄い。メディアミックス展開が売りのひとつだったが、実際にどんな展開があったのかも知らない。

（注4）『麻雀ステーションMAZIN～麻神～』
'94年12月サン電子、PS用。打ち手や牌を3Dポリゴンで表現した麻雀ゲーム。思い切ったテクノロジーの浪費ぶりが笑いを誘ったが、その後PS前半のソフトにギャンブルゲームが目白押しだったことを見ても、サン電子の判断はある意味正しかったのだろう。安定した客層、確立したゲーム性の中で、比較的安全に新技術を試せるわけだし。

浸透していったボディーブローみたいなソフトだし。むしろ話題になったのは『麻雀ステーションMAZIN～麻神～』(注4)や『ツイン・ゴッデス』(注5)なんかの、へんなゲームだったように思います。ソニー系の会社ってことで、ユーザーも半ばそれを期待してたんじゃないでしょうか。

なにしろ昔のソニーさんといえば、ズビズバッと常識を破る革新的な技術力を持ってる反面、その技術に熱中してユーザーの気持ちをコロッと忘れる、スゴイけど間抜けな電器メーカーとして有名でした。例えば、当時としては驚くほど小さくて低コストで高画質のベータマックスを開発して、家庭用ビデオの規格統一をはかったのは立派。規格統一のために公開しまくった技術を利用されて、録画時間の長いVHSを作られてしまったのは気の毒。でも、VHSへの対抗策として、画質は上がるけど家庭用ビデオの命であるテープ互換性を捨てたハイバンドベータを打ち出したのは、大間抜けと言うしかないでしょう。他にも、ウォークマンで携帯オーディオ機器って市場を拓いた後では、「カセットケースサイズのウォークマン」なんてのも出してまして、これがまたバカでした。本体を目当ての大きさまで縮めるには、テープを抜かなきゃならなかったんだもん。結局荷物が増える上に、余分なスライド機構ができて壊れやすくなっただけ。

この会社、元々技術者が技術者のために作った(注6)せいもあってか、このテの笑い話には事欠きません。そこがまたいいんだというファンもいますけどね。まあしかし、そういう前例の割にはPS本体はごくマトモで、しかも有利な要素をいくつも持ってました。

まず、CD-ROMというメディア。第一にこれは、製造コストが200円程度とベラボーに安い。お陰でソフトの小売値がガクンと下がりました。スーパーファミコンの一般的ソフト価格が1万円前後だったのに対して5800円程度だから、約半分。なのにユーザーが使うお金はあまり変わらなかったから、出る本数が倍、流通の利益も倍近くになった勘定です。第二に、製造が早い。半導体チップを使ったマスクロムを製造する場合、何ヶ月も前から生産本数を計画して生産ラインを押さえておかなきゃならなかったから、売れ行きを読み違えて在庫の山だの品不足だのといったことがしょっちゅうあったのに対し、CDだとそういうロスがないわけで、おまけに開発者は発売寸前までソフトに手を入れ続けることが可能になりました。そして第三にもちろん、大容量を活かした豊かなグラフィックとリアルな音。あのPCエンジン(注7)は、こんな素晴らしいメディアを最初に実用化しながら今一歩パッとしなかったわけですが、それは後で挙げる重要な要素が欠けていたせいです。後発の陣営にとっては、データロード時間などといったCD-ROMの弱点を研究するいい題材になったでしょう。

それから、クリエイターを取り巻く時代がよかった。PSが出た'94年というのは、ファミコンがカセット式テレビゲームソフト(注

(注5)『ツイン・ゴッデス』
'94年12月ポリグラム、PS用。CD-ROMの大容量を活かし、コスプレねーちゃんの実写取り込み画像とアニメ絵のキャラが闘う対戦格闘。ぎこちない動きと信じがたいビジュアルセンスから、たちまち伝説の迷作と呼ばれた。これも7800円と高い。

(注6)技術者が技術者のために作った
創設者の井深大氏が、ソニーの前身「東京通信工業株式会社」の設立趣意書(46年)に記した「会社創立の目的」の筆頭は、「真面目ナル技術者ノ技能ヲ、最高度ニ発揮セシムベキ自由豁達ニシテ愉快ナル理想工場ノ建設」。やりたいことをやれば商売は後からついてくる、って自信が立派だ。

(注7)PCエンジン
NEC HEが'87年に発売したゲームハード。メディアにいち早くCD-ROMを導入したが、その大容量を活かす本体性能もソフト技術もなかったため、デメリットばかりが前に出てしまった可哀想なマシン。最大の功績は末期に『超兄貴』を生んだことか。

(注8)カセット式テレビゲームソフト
『テレビテニス』のような初期の家庭用ビデオゲームは、プログラムをCPUで走らせるのではなく、電子回路そのものでゲームを組んでいた。初期のカセット式ゲームが誕生した時も、カセットの中身はプログラムを収めたロムではなく、回路だった。本体にCPUを積み、カセットのロムに記録したソフトを走らせる、という方式の実現は、大きな革命と言えた。

8）の業界を確立してから11年目になります。新卒でソフトメーカーに入ったクリエイターがぼちぼち30前後になって、独立を目指す頃です。こういう新興のソフトハウスの多くは、社運をかけた斬新なアイデアを持ってました。

そういう状況を敏感に読んで、中小ソフトハウスの参入を広く受け入れるSCEさんの態度も見事なものでした。任天堂さんが、アタリショック（注9）を教訓にして打ち出した少数精鋭主義（注10）も、ユーザーへの責任という意味では筋が通っていましたが、しかし意欲的なソフトメーカーでも、小規模だと取りこぼしてしまうという弱点がありましたからね。スーファミソフトの高価格化で一層拡大するその弱点を、SCEさんはうまく突いたわけ。

それにもちろん、本体性能の向上。ただ斬新なだけのアイデアならいくらでも出るもんですが、それが実現するまでには三つばかり関門があります。まず、いいか悪いか。次に、それが技術的に可能かどうか。さらに、商売として成り立つかどうか。PSの場合、高い性能を安く実現したことによって、第二第三の門が一気に開き、それまで何年もかけて蓄えられてきたアイデアがドバッと世に出てきたわけです。

ただ、ここまでの条件なら、不本意な道をたどったセガサターンだって、そう変わりません。むしろ業界にコネクションがあり、しかも本体同時発売ソフトに『バーチャファイター』ってビッグネームを持ってたセガさんの方が、だいぶ有利だったとも言えます。

結局、アンソニーとセガール（注11）の明暗を分けたのは、思い切りの差でした。古い技術、古いスタイルのゲームを捨てられるかどうか。具体的には、2Dアニメーションと3Dポリゴン。2Dの場合、人力で一枚一枚ドット絵を打ち込んでいくわけだから、グラフィックを美しくしようと思えばそのまま人件費にハネ返る。ところが3Dポリゴンなら、技術力とセンスさえあれば、コストを抑えながら膨大な量の美しい動画を生み出すことが可能です。これこそがCD-ROMの大容量を最大限に活用する技法であり、PCエンジンに欠けていたものだったわけです。

セガさんはアーケードで3Dポリゴンの表現力と可能性をどこよりもよく知っていたハズですが、つい2D機能にも気を配っちゃったお陰で、『バーチャファイター』や『セガラリー』といった人気3Dコンテンツの移植をみすみす困難にしてしまいました。一方、ポリゴンに特化したPSでは、新しい外見や新しいゲーム性の作品が可能になり、垢抜けた印象が育ってユーザーの裾野を広げることができたわけですね。親会社のソニーさんが、家電で技術的成功と商業的失敗を繰り返した教訓がうまく生きたというか、久多良木（くたらぎ）社長のビジネスセンスのたまものというか。

そんなPSと我がカプコンとの関係を振り返ってみると、前半はハッキリ言ってツライことばっかりでした。本体と同時発売のソフトはついに出せず、何ヶ月もしてやっとリリースできたのは、『学校のコワイうわさ 花子さんがきた!!』だの、『ストリートファイターリ

（注9）アタリショック
米国ビデオゲーム業界の最大手アタリ社は、'77年発売のゲーム機「VCS（ビデオ・コンピュータ・システム）」の設計仕様を公開してソフトメーカーの自由参入を促し成功したが、一方であぶく銭に目がくらんだ無数のメーカーがクソゲーを乱発。あきれた消費者は'82年末からパッタリとゲームを買わなくなり、一時は業界の息の根が止まった。任天堂が米国版ファミコン「NES」を出す際には、「ビデオゲームはもうこりごり」という玩具流通業者のマイナスイメージをかわすため、本来は拡張モジュールだったロボットシステムを前面に出し、名作『スーパーマリオブラザーズ』をオマケにつけて、「ビデオゲームもできるロボット玩具」として売った。このからめ手の戦法が成功して、アメリカは再びゲームの面白さと可能性に目を開いたのだ。

（注10）少数精鋭主義
具体的には、ファミコンやスーパーファミコンのカセット生産をすべて任天堂が請け負うこととし、その受注の際に独自の審査を加え、明らかに質の劣るソフトは断った。この方式はクソゲーの発生を抑えるのに有効だったと言われるが、だったらなぜ『たけしの挑戦状』や『星をみるひと』などが発売されたのか、という疑問の答えは謎だ。

（注11）アンソニーとセガール
'95年頃、セガサターンのテレビコマーシャルに登場した二匹のチンパンジー。込められた意味は言うまでもないだろう。

アルバトルオンフィルム』（注12）だのといった、アレな作品ばっか。初期の目玉にする予定だった『ヴァンパイア』の移植はいつまでたっても進まず、しまいにゃ外注のイギリス人が逃げちまいやがって、半泣きで完成させた頃にはとっくにSS版の『ヴァンパイアハンター』が出た後だからさっぱり売れなかった、なんてイタイ経験もありましたっけ。

これもPSのラム容量が小さすぎるせいだと思い詰めた我々は、どうか2Dにも配慮したマイナーチェンジPSを出してください、とSCEの久多良木社長に直訴したんですが、あっさり断られてちょっと死にたくなりましたよ。今から思うと、自分たちの技術力と発想力の貧困さを棚に上げた、甘えたお願いですけどね。結局、『バイオハザード』でようやく一息つけたわけだけど、それまでは正直、いつツブれるかとビクビクしてたもんです。実際、'80年代には結構勢いのあった私の好きなメーカーが、PS時代に適応できずに業績を悪化させ、とうとう和議申請したりして、ヒトゴトじゃありませんでした。

この苦労の理由はというと、「カプコンは2Dアニメーションの最高峰を自認し、特に当時それが頂点にさしかかった頃だったから、ポリゴンに目を向けるのが遅れた」という風に言われました。ま、事実その通りですけど、その根っこにはもっと単純で深刻な問題があります。

ウチのゲーム開発の基本姿勢は、既存の枠組みに磨きをかけて、短所を減らし長所を伸ばして客を喜ばせる、ってなもの。そうなると、うかつに先端技術に走って完成度の低いゲームを作るよりは、性質のよくわかった技術を使ってテクニックで勝負してやれ、なんて考えになりがちなんです。'90年代前半までは、技術革新のスピードが遅かったからそれでもよかったけど、今はテクノロジー面じゃあたらしモノ好きぐらいを心がけとかないと、たちまち時代遅れになっちゃう。最近のユーザーには、完成度うんぬんより新しい外見や新しいゲーム性の方が喜ばれますしね。

そのへん、みんな頭じゃわかってるんですが、染みついた体質はなかなか変えられないもんですわ。今度のPS2でもやっぱり本体と同時発売のソフトは間に合いませんで、アリカ（注13）が開発した『ストリートファイターEX3』を販売することで、ようやくスタート商戦の一角に加えてもらったような有様。早く、PSでの『バイオ』にあたるような、カプコンならではのPS2タイトルを打ち出さなくちゃ。がんばるぞ、うぉ～（注14）！



イラスト：酒井 奨

（注12）『ストリートファイター リアルバトルオンフィルム』
'95年8月カプコン、PS用。ジャン＝クロード・ヴァン・ダム主演のアレな実写映画『ストリートファイター』（'94年）を、カクカクした取り込み画像でゲーム化したナイスな一品。題材も表現技法もアレなくせに開発がそこそこ手堅いアンバランスぶりが、強いて言えば味か。でも同じコンセプトで作られたアーケード版『ストリートファイター ザ・ムービー』（'95年）の方が、まんべんなく●が●ってた分だけまだしもマニアの話題になった。いや、どっちにしろ自慢はできんけどな。

（注13）アリカ
カプコンで『ファイナルファイト』（'89年）『ストリートファイターII』（'91年）を企画した西谷亮（にしたにあきら）が、'95年に独立して作ったソフトメーカー。今じゃカプコンの相棒兼ライバル兼ケンカ友達。

（注14）うぉ～
この音が喊声（かんせい）として用いられるようになったのは意外に最近で、明治初期。日本政府がお雇い外国人を招いて西洋式の軍事教練を始めた際、英国人の教官が「War cry!（喊声をあげろ!）」と命令したのに対し、英語をよく知らない兵士が言われた通り「War（ウォー）!」と絶叫（cry）したことから……なんて、いくらホラでも強引か。

岡本吉起（おかもと・よしき） 株式会社カプコン常務取締役。カプコンのアーケード、コンシューマの開発を統括的にプロデュースしている。

小島秀夫PRESENTS

KOJIMA CINEMA

第20幕『アイアン・ジャイアント』



イラスト：新川洋司

コジマシネマ開演の挨拶

今回はコジマシネマ初のアニメーション映画の上映になります。1950年代のアメリカ片田舎を舞台にしたレトロな巨大ロボットアニメ、これぞオタクの為のオタク映画です。見事、オタク魂を揺さぶってくれる事でしょう。

アイアン・ジャイアント 遂に日本上陸

その筋の人？ にとっては待ちに待った映画でしょう。ようやく日本で公開されます！ お話は『E.T.』＋『ジャイアントロボ』といったところ。まさにこの手の交流もの（少年と異形者の友情を描く）の王道です。伏線もひねりもありません。そのシンプルさ、そこがこの映画の魅力です。昨年の『ターザン』とは違った意味で「アニメーション（活力）」という語源を再認識させる作品です。

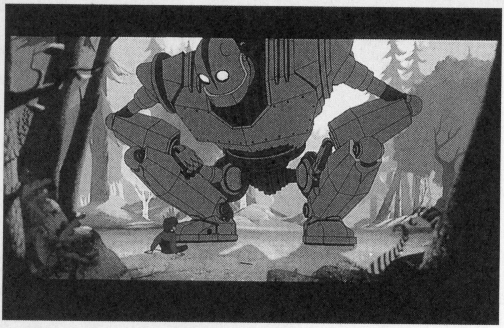
オタク発信の オタク向け映画決定版

冒頭で言った通り、一般向けの映画ではありません。家族向けを装ったオタクの為の映画だと思います。この映画を創ったブラッド・バート監督は、ティム・バートンや僕の大好きなホラー作家であるロバート・R・マキャモンと同世代、つまり僕も含め日本のアニメ業界を支えている'50年代後半～'60年代前半生まれの世代……それこそロジャー・コーマンや怪優ヴィンセント・プライスがヒーローであったＢ級ＳＦ豊作の時代。日本では円谷英二や本多猪四郎の活躍した、ゴジラやガメラ等の特撮映画全盛期の時代……怪獣映画やＳＦで育った人なのです。この映画に涙腺を解放する人たちはこの領域を少なかれ掠めている人です。いわば至極限定されたユーザー層に強烈に指示される特殊な映画と云えます。映画中のホガース少年等はティム・バートンやマキャモンの少年時代を彷彿させるところがあります。また古今を問わず日本の特撮映画や、ジャパニメーションの影響を受けている事もだれが観てもあきらかです。そのオタク遺伝子を受け継ぐ作家がオタク世代に向けてピンポイント攻撃をしかけている、それが本作です。

レトロなデザインが活かす！

ロボットのデザイン案は『ロケッティア』の監督でもあるジョー・ジョンストン。スターウォーズ・マニアなら誰でも知ってる人です。このロボットのデザインがいい！ シンプルでいて、愛嬌と力強さをもったレトロなシルエット。眼なんかは円形でシャッターがついてるだけ。口は歯もなく、顎が稼働するのみ。それでも非常に豊かな表情を見せてくれます。実写の俳優でも難しい、微妙に揺れ動く心の様が伝わ

ってきます。まさにアニメーターの職人技でしょうか！　さらにこのロボットが非常によく動く。この動きと大きさの計算された演出、それこそがこの映画の大きな魅力となっています。最近のロボットアニメとは違い、可動部分を曖昧にデザインしているからこそ、機械的な動きと人間的な動きの双方をうまく取り込むことに成功しているような気がします。



アニー賞9部門独占の快挙を遂げた『アイアン・ジャイアント』。

ロケット・ロボット・ボーイズ

僕らの世代が持つ、ロボットや宇宙船に対する憧憬は尋常ではありません。「テクノロジーによって明るい21世紀が拡がる！」と刷り込まれた世代特有の嗜好です。P3やアイボを創ったのもこの世代です。僕らの世代にとってのロボット（デザインや定義）はまさにこのアイアン・ジャイアントなのです。人が操縦するのではなく、意志を持った丸みを帯びた生命機械。そして、そこには「人より強い力を得た」事に対する苦悩、「兵器に生まれついた自分との葛藤！」等に翻弄されます。アトムにしろ、キカイダーにしろ……そう昔のアニメや漫画でのロボットはその存在（生きる）に関して真摯でありました。アイアン・ジャイアントも同じ思想が組み込まれています。

シネコンでの上映が吉とでるか？

少し心配なのは、この映画がシネコン（シネモコンプレックス／複合型映画館）で上映される（ワーナー・マイカルのみ限定公開）という事です。シネコンはどちらかと言えば、都会型のオタクファンはあまり近づかない郊外型映画館です。『アイアン・ジャイアント』は限定されたオタクが歓喜し、むせび泣く映画のはずです。子連れ家族層が楽しむ映画ではありません。大人（オタク）の為の夢物語なのです。その辺りの認識のズレが気がかりです。むしろ単館系で集中上映すべきではないか？　まずはもっと濃い、良さがわかる人たちに優先してアピールするのが最適では？　と思います。

ボク、銃ならない。スーパーマン　なる

銃（兵器）ではなく、スーパーマン（ヒーロー）になりたい！　この映画のテーマはそこにあります。しかし、ここがオタク映画からの飛躍を阻んでいる所以です。スーパーマンも正義の名の下に暴力を行使するのです。スーパーマンは話し合いという平和的手段でいざこざを解決したことはありません。スーパーマンの特殊能力と銃は同じ意味です。特にアメリカは銃社会です。銃や核兵器、軍隊を持たない日本とは違います。正義を貫く為に力を行使する、それがスーパーマンであり、アメリカン・ヒーローなのです。後半にアイアン・ジャイアントが戦車や戦闘機と闘うシーンがあります。この迫力やいなや、すさまじい臨場感です。まさに見せ場です。映画中でも最も精力を感じる場面です。僕はこのシーンを観て、「なんだ？　この監督はこれがやりたかったんだ！」とそこで醒めてしまいました。そう思ってしまうと、「ボク、銃ならない。スーパーマン　なる」というテーマはあまりにも口先だけなものに感じてしまいます。非常に中途半端な映画に終わってしまっています。いいアニメなので残念です。

『アイアン・ジャイアント』

監督・原案／ブラッド・バード
脚本／ピート・マッカンリーズ
ある秋の晩に、一人テレビを観ていた少年ホガースは、ある異変を感知し外へと飛び出す。近所の森の中の発電所で、高圧電線に絡まっている巨大ロボット「アイアン・ジャイアント」を発見したのだ。その後、ホガースと巨大ロボットの間には奇妙な友情が芽生えていくが、この巨大ロボは恐るべきパワーを持つハイテク兵器だったのだ……。（ワーナー・ブラザース映画配給　4月15日公開）

小島秀夫（こじま・ひでお）：株式会社コナミコンピュータエンタテインメントジャパン取締役。『スナッチャー』『ポリスノーツ』『メタルギア ソリッド』など、独特の世界観を持つ作品を創り続けるゲーム職人。また、ゲーム業界屈指の映画通としても知られる。

セガ4研部長、名越稔洋氏のゲーム講座、大好評の第3回！

名越武芸帖

其の三 企画より大切なもの

さて3回目に突入しました。これまでにゲーム成立の条件に始まり、新規性と面白さの関わりなんかを俺なりにざっと説明させてもらいました。今回は「企画」をテーマにしながらお話をしていきたいと思います。

ゲーム開発の仕事の中で人気の高い商売は、昔も今も「企画職」です。

でも以前から不思議だったのですが「企画」もしくは「企画職」に対して、メーカーやチームによって随分解釈が違う事が多いようです。例えばある人は「企画」とは〝命〟である、と言いましたし、またある人は「企画」とは〝ディレクター〟だ〟と言いました。「企画」とは〝何でも屋〟だ、と言った人もいます。ある意味でおっかないですよね。だってある会社では〝命〟と呼ばれ、別の場所では〝何でも屋〟と言われるんですよ。みんな「企画」からスタートする筈なのに、この違いは一体何なんだろうと思いませんか？「それは本人の能力に差があるからじゃないの？」という意見もあるでしょうが、俺が思うにたぶん「企画」や「企画職」に対する考え方に幅があるせいだと思います。

皆さんは「企画」とは何をする仕事をイメージしますか？

たぶん一番多いイメージは「デザイナーは絵を描く」と同じく「企画書を書く」が多いんでしょうね。

他には「アイデア提案役」とか「ディレクターみたいな人」てな感じでしょうか？

ちなみに「何でも屋」とか「雑用」とか思われた方は、たぶん気の合わない企画者と共に仕事をした経験のある企画職以外の業界の方、もしくは今現在、プロジェクトで厄介な問題を山ほど抱えて泣きそうになっている企画職の方ではないかと思います。

では実際に「どんなゲームを作ろうか？」なんていう時、何から始めましょう？

やはりまずは企画を決めて…でしょうか？

現状のゲームメーカーの大半はここからスタートだと思います。確かに間違っているとは思いません。

でも本来は「アイデア」からじゃないでしょうか？

では俺にとって「アイデア」とは…

①企てや、組み立ての方法である。

・企画・計画・構想

②ロジカルに考える事である。

・思考・思案・工夫

③自由に思い（想い）願いながら考える事である。

・発想・空想・思想

④思いがけないヒントである。

・予感・心当たり・発見

⑤考えられるように気を配り、実行につなげる事である。

・考慮・配慮

てな感じです。

ここで俺は「企画」を「アイデア」の①の中に含んじゃってます。

「アイデア」が「企画」よりもアッパーにある訳です。

俺は「企画」とは「アイデア」を具現化するために導く「設計」に極めて近い解釈をしていて、家を建てることにたとえるならば、図面作成の工程を受け持つ感じに似せて考えています。

なので「アイデア」が無ければ「企画」のやりようもない。

つまり前述の誰かの言い方を借りれば、俺にとっては「アイデア」が命です。

そして俺は「アイデア出し」という作業を「企画職」に一極集中させてモノ作りを行う制


ゲーム開発は組織作業。無数のミーティングを経て新作は完成する（左から２番目が名越氏）。

作スタイルに、大変な疑問を感じます。

なぜならそれは「企画」というネーミングにのみ「アイデア出し」を押し付けてモノ作りをしている感じがしてならないからです。命を「企画職」に委ねるのもアリなのかもしれませんが、その方法だけが全てだとは思いません。

「アイデア出し」は大変ですよ。考えてみて下さい。本来だったら期限を切ることすら難しい作業です。

設計作業は内容とキャリアに応じてある程度期日が読めますが、俺自身「明日までに素晴らしいアイデアを考えてこい！」なんて社長に言われたりしたら、困り果ててしまいます。もちろんプロですから期限が決まってればその中でベストなモノを出そうと努力しますが、考えただけで頭が痛くなります。

産みの苦しみというモノは本来孤独な事だと思いますが、やはり辛いものです。

もし「企画職」と名付けるだけで「アイデア」がバンバン出てくるんなら、スタッフ全員の名刺を明日にでも変えさせます。

だから俺にとって「アイデア出し」は常に仕事上の大きなテーマになっています。

ちなみに現時点で、俺はこう考えています。

「全ては『アイデア』から」更に「『アイデア』とは誰もが追求する権利がある。ただし、提案した者には提案したアイデアに対して、必ず本人に責任を取らせる」。これを組織の理想としています。

もちろん最終的に製品としてまとめる段階でキャリアの高い人間達が、提案されたアイデアに対してリスクの度合いや有効性を見極めるために、取捨選択の線引きは必ず行います。一歩ずつではありますが、日々これを実行しています。

そしてそのプロセスから鍛えられた強い意志を持った人間が前述の①～⑤を体験して解釈し、繰り返し実行できる、つまり「アイデア」を束ねて作品としてまとめ上げる事の出来る「ディレクター」になってもらえたら何も言うことはありません。

でも「そんな完ぺきな人間いる訳ないじゃん！」と言われそうですよね。

確かにその通り。俺自身にしても①～⑤の全てのバランスを文句無く保つことは、なかなかできません。

一時期は相当悩んでました。でも現在はそんなに悩んでいません。なぜなら①～⑤を器用にこなすだけが全てではなく、自分のうとい部分があればそこを謙虚に認めて、もっと得意な誰かにサッサと埋めてもらうという、欠点を自己認識して補填をしていくスタイルで作業をしているからです。

そうすれば俺も自分の得意な所に時間が割けるし、スタッフにも「アイデア」を出すチャンスが増える。

反面リスクも増し、不安を感じるところも増すわけですが、個々のスタッフが「アイデア」に対する責任を感じる瞬間が増えて士気の上がる事の方に、俺は魅力を感じます。

そしてそういう発想をするためには、俺という人間にとって前述の①～⑤の意識付けが、人を扱う面で大切な「アイデア」にもなっている訳です。

つまり本当に大切なのは「企画」ではなく「アイデア」をタイムリーに引きだし、クリエイティビティーを高く保つことができる「組織作り」であり、その方が遥かに大事だと、俺は思います。

次回は「これからのゲーム」についてお話します。

名越稔洋（なごし・としひろ）：1965年生まれ。東京造形大学卒。セガ第4ソフト研究開発部部長。『バーチャレーシング』等にCGデザイナーとして参加後、プロデューサー兼ディレクターとして『デイトナUSA』をリリース。以後ネットワークを用いた格闘ACG『スパイクアウト』等を発表。

『ドラクエⅦ』発売延期を巡る正反対の意見

複眼視点

Produced by 武田丸男

大作ソフトの発売延期の是非とは何か。『ドラクエⅦ』を軸にユーザー、メーカー双方の立場を浮き彫りにする。

第3回 『ドラゴンクエストⅦ』発売延期

ユーザー代表

【『ドラクエⅦ』発売延期は裏切り行為だ！】

（ヒロシ　21歳　専門学校生）

「『ドラゴンクエスト』、発売延期！」（『ドラクエ』だけに限ったものではありませんが）毎度お決まりの文句＝「より良い作品にするために、やむを得ず……」。

昔からのユーザーにしてみれば、もはや当然のことのように思われているところもあるので、今さら驚く人は、ほとんどいないはずです。

「またか！」という溜息、「やっぱりね」という乾いた笑い。古株のゲームユーザー、特に過去の『ドラクエ』を知っている人なら、そんな感じでしょう。

さらに今回は、発売をPS2発売以降に延期してしまったために、多くのユーザーの落胆と戸惑いは計り知れないはずです。

オリンピックの周期以上に長い『ドラクエ』の開発期間。それだけの時間を費やした作品であっても、次世代機発売後では世の中の購買意欲も話題も半減するというもの。特に新しいユーザーの獲得は難しいでしょう。

昔『ドラクエ』に魅せられたユーザー達が『ドラクエ』だから買うのです。

『ドラクエ』という名前でなければ興味は半減する、というものです。

その点は『FF』にも共通していえる部分があると言えますね。

過去は別にして、今日では『ドラクエ』『FF』の2大RPGより、間違いなく優れた作品はたくさんあるのです。

『ドラクエ』『FF』のシリーズが今まで凄まじい売上を達成することが出来たのは、大多数の旧ユーザー達によるところが大きいと思います（PS版『FF』は別かも？）。

そんな状況下での「発売延期」。もはや旧ユーザーに対する裏切りとも取れる行為であると同時に、新規ユーザーを突き放すとも取れる行為です。

この原稿を書いている2月下旬の時点で、エニックスからは新しい「発売日決定」の発表はされていません。

それどころか『PS2』に対する世の中の関心、期待感は高まる一方です。

そのような環境下に発売される『ドラクエ』の最新作は、いったいどのように世の中に迎えられるのでしょう？

常に「家庭用テレビゲーム・ソフト」のパイオニアであった「あの『ドラクエ』」が…?!

もちろん度重なる延期（裏切り？）にも少しもめげず、切に『ドラクエ』を待ち望んでいるユーザーもいます。

そんな人達まで裏切らない為にも、少しでも早い発売と、待った分に値するだけのクォリティの（メチャクチャに）高い作品に仕上げなければいけません。

それが毎度毎度の「発売延期発表」でユーザーを落胆させ続けてきたエニックスの唯一／最善の対処方法なのではないでしょうか？

メーカー代表

『ドラクエⅦ』発売延期で助かりました

（タケリン　41歳　業界歴11年超）

ゲームソフト・メーカーにとって（『ドラクエ』のような）他社の有力／強力タイトルの存在というものは、『市場を活性化させる起爆剤』『業界をニギヤカにする話題作』というユーザー／評論家（＝待ってました！）的側面と、自社のソフトの販売機会（タイミング）／販売チャンスを著しく圧迫する『厄介モノ』という二つの顔を持っているモノです。

前者については「低迷する市場に喝を入れる／刺激を与える」特効薬のように作用するものですが、この場合は「オフ・シーズン」（1月下旬〜2月、または5月〜6月、秋季はいろいろな意味で「オン・シーズン」です）＝閑散期に発売される有力／強力タイトルを指します。

また、後者については言うまでもなく、一年以上の年月と人手、多額の開発費を投入して開発し、これまたタイミングを見ながら、これまた多額の宣伝費を投入して世の中に送り出そうと意図しているタイトルの面前に立ちはだかる「厄介モノ」を指します。

昨秋（10月）、エニックス社長が突然に「『ドラクエ』／年末発売！」を発表しました。

年末＝12月といえば、（玩具に近い存在の）テレビゲーム関連商材が「ボーナス／クリスマス／正月／お年玉」というタイミングが重なることもあり、一年で一番活発に動く(＝販売される)時期でもあります。その時期に「いつ発売をしても絶対に売れるソフト」が登場することは、そのまま「12月の市場が独占」されることを意味します。

「人気作品」の登場で市場が拡張することもありますが、この不況下、元々の「年末商戦」のパイがそれほどに大きくない状況にあっては、同業他社、非PS陣営の顔色は「青ざめる」を通り越し「土気色」に変わったことは言うまでもないことであります。

幸い、というか何というか「季節はずれの大型台風」は来ませんでした。それはユーザーの方々にとってはガッカリされることでしょうが、同業者にとっては胸をなで下ろすことだったのです。

PS2の登場により、『家庭用テレビゲーム市場』は新しい局面に入ることでしょう。新しい時代／市場に登場する新しい『ドラクエ』。常に新しい時代を切り開いてきた『ドラクエ』にとっては、「初めての世界」に飛び込んでいくことになるのでしょうが、同業者として、願わくば「市場を混乱させるのではなく、活性化してくれる牽引車」になってもらいたいものです。

両者を俯瞰して…

「ユーザー」と「業界」。生い立ちそのものから『ドラクエ』には二つの「期待」がのしかかっている。過去の『ドラクエ』シリーズは、それらを裏切ることなく、いや、それ以上に「さすが『ドラクエ』！」という実力をいかんなく発揮し、多方面からの絶賛を浴びてきた。

だが昨年10〜11月の『〜Ⅶ』に関する『ドラクエ』（エニックス?）の動きはいただけなかった。

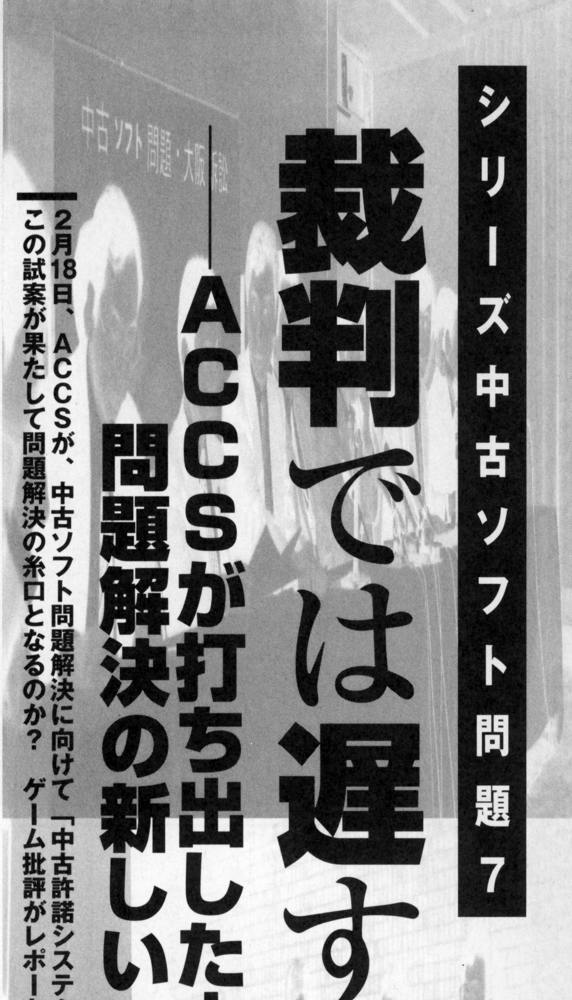
「ユーザー」「業界」の双方に大きな失態を見せてしまった。

ユーザーの「『〜Ⅶ』は『PS2』以前に発売される」という希望や観測が、「年末（のちに2月に延期）登場！」という発表で現実的なものとなり、「『〜Ⅶ』待望論」が否応なく増大した。

そして実際はご存じの通りになるのだが、PS2登場以降、今度は『本当に発売されるのか?』といった「悲観論」までもが出現するようになっている。その間『FF』が『〜Ⅸ』から『〜Ⅺ』までを一度に発表してしまう一方で、「『ドラクエ』は大丈夫か?」という心配すら。

テレビゲームを支えてきた両横綱は、それぞれの道を模索し、もがいているようだ。（武）

武田丸男（たけだ・まるお）：広告／デザイン業界からテレビゲーム業界に十余年前に転身。数社のゲーム関連会社で家庭用ゲームソフトの販売・宣伝・ソフトのプロデュース業務に携わる。近頃自分でゲームを楽しむ暇がないことを嘆いている。



シリーズ中古ソフト問題7

裁判では遅すぎる！

―ACCSが打ち出した中古ソフト問題解決の新しいルールとは―

2月18日、ACCSが、中古ソフト問題解決に向けて「中古許諾システム」の試案を発表した。この試案が果たして問題解決の糸口となるのか？ ゲーム批評がレポートするシリーズ第7回。

一勝一敗……これは嵐の前の静けさなのか？

'98年、社団法人コンピュータエンタテイメントソフトウェア協会（CESA）が打ち立てた「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」に端を発する中古ソフト問題は、昨年の東京・大阪両地裁における第一審判決によって第一ラウンドを終えた（注・キャンペーンはその後終了している）。東京では中古ソフト流通側が勝訴し、大阪ではメーカー側が溜飲を下げるという一進一退の様相。結果を見るかぎり第一ラウンドは「ドロー」だったわけだ。

仮に両地裁の判決がどちらか一方に傾いたとしても控訴・上告が必至であることを考えれば、引き分け状態はしばらく続くわけだが、昨年の両判決によってますます予断を許さない状況に陥ってしまったのはほぼ間違いない。中古ソフト裁判は、通常の裁判に比べて速いペースで進行しているといわれているが、それでも最高裁までもつれるとすれば、少なくともあと数年は混沌とした状態が続くだろう。

問題は、中古ソフト問題が、流通も含めたゲーム業界全体に与える影響である。ゲームソフトの開発コストは高騰の一途をたどっているが、それに比例する売れ行きがあるとはいえないのが現状だ。メーカーが質の良いソフトを作れなければショップ側にとっても大きな痛手。厳しい経営を迫られるショップはさらに（利幅の高い）中古ソフトへの依存度を高め……結局のところ、悪循環はさらに進展することになる。

ACCSの示した解決策の中身とは？

この状況を打破しようと、新たな動きを見せたのが社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会（ACCS）である。

今年1月、文化庁の著作権審議会権利の集中管理小委員会がまと

めた報告書は、デジタル化・ネットワーク化が進展するに伴い信頼性の高い権利処理システムの必要性を説いている。詳細は省くが、この中間報告には、著作物の集中管理についての法整備を進め、文化庁に登録された集中管理団体が使用料の徴収や分配（文化庁への届出が条件）を行うというプランが盛り込まれているのだ。

これを受けてACCSは「中古販売許諾システム」の草案をまとめ、業界に向けてPRを開始した。同団体によれば、このシステムの主旨に賛同できるメーカーは、集中管理団体となるACCSと委託契約を結び、同じくこの主旨に賛同できる小売店と許諾契約を結ぶ。小売店は中古ゲームソフトの売上のなかから著作権使用料に相当する部分をACCSに納め、その使用料をメーカーに分配するという仕組みである。

メーカーからACCSに対する委託条件としては**「頒布権のみを信託的譲渡」「作品ごとに委託するか否かを決定できる」「許諾料については配分規定に基づく」「使用料規定と異なる条件を利用者（販売店）との間で設定できる」**という各条項を盛り込んだ。また、ACCSと販売店との間には**「Nヶ月の中古販売の禁止」「中古売上のN%をACCSに支払う」「売上を証明するもの、および販売数を証明するデータを添付する」「ACCSは中古品販売以外に頒布権を行使しない」「買い取りについては一切の制限を設けない」**といった利用条件を設定。記者会見の場でACCS専務理事・事務局長の久保田裕氏は「ゲームソフトはそのジャンルによって販売期間や売れ方に差異があり、例外的な扱いが必要となる場合があるが、ACCS試案では、**中古販売の禁止期間は3ヶ月、使用料については7%**と考えている」と口頭で付け加えた。

「一定の販売禁止期間」と「使用料の徴収」については、これに先駆けてエニックスやコーエーなどが発表した中古販売許諾契約と似ている。しかし一部のメーカーが中古販売店側に出した条件は、許諾料を〝定価〟の7%、禁止期間9ヶ月という非常に厳しいものであったことを補足しておかなければならない。ある流通関係者はこれを「飲めない条件を盛り込んだ契約を結ばせることで、端から中古流通を許すつもりがないということ。禁止するための契約に過ぎない」と不満を漏らしていた。

一方、ACCSが打ち出したプランは〝売上〟の7%と3ヶ月の販売禁止期間。ショップ側にとって厳しい条件であることには変わりないが「まったく非現実的な数字」とはいえないところがポイントであろう。

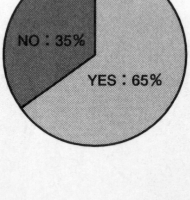


記者会見の場で試案を発表するACCS専務理事・事務局長の久保田裕氏。

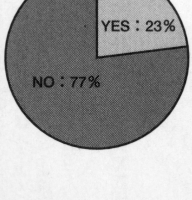
流通・販売店への中古ソフト問題アンケート

■今回、ACCSの中古許諾システム試案を中心に中古ソフト問題について、流通・販売店はどのように考えているかについて知るため、アンケートを実施した。（60件送付した内、有効回答数20件。回収率33%）

■中古ソフトを取り扱っているか？



■中古ソフトを取り扱うことに不安を感じることはあるか？（前問YES限定）



□YES：メーカー（SCEI）による出荷差し止めや、将来のネット配信により中古として扱うもの自体が無くなることへの不安がある。

（パラダイス栃木駅前店　若林氏）

最高裁判決を待っていたのでは この問題は遅すぎる

前述のACCS久保田氏は、「中古許諾システムの事務局試案は、さまざまな著作物がデジタル化するにあたって、利用者と権利者との調整を取るための布石である」と語る。

「もともと私たちが（中古ソフト）裁判という手段をとったのも、すべて司法の判断で決着をつけようというよりは、デジタル著作物特有の問題について広く知ってもらうという側面もあったのです。幸か不幸か判決が割れることで議論が深まる可能性が強まり、ある意味では私たちの目的どおりの展開となりました」

では、なぜこの段階で使用料を前提とした中古ソフト許諾システムを提案したのだろうか？

「私たちは次の段階に入ったと認識しているからです。裁判で白黒つけるのが最善という人もいますが、仮に中古販売店側が最高裁で勝訴し、中古ソフト販売が認められるようになると、間違いなくメーカー側は防御策を講じるはずです。正当な利益を確保するために技術的な対策をとるか、あるいは流通政策で歯止めをかけるか。メーカー側が勝った場合も、その判決を盾に中古ソフト全廃を実現することは困難です。なんといってもユーザーからの反発は必至ですからね。つまり、どちらが勝ったとしても最終的な解決にはならないんですよ。私たちは完成されたシステム、公正なルールのもとでゲームを流通させてもらいたいと主張しているだけなんです」

「（中古ソフト）売上の7％、販売禁止期間3ヶ月」という具体的な数字に関しては、ACCSでゲームソフトのジャンル別に中古ソフト販売実態や流通等についてメーカーや中古販売店からの情報収集を行っているところであり、現状では決定事項ではない。ただし、このシステムで無視できないのが頒布権の扱いだ。

ACCS試案ではメーカー側に頒布権があるということを前提にしているが、いうまでもなくこれは現在係争中の、しかも最大の争点。これを組み込んだシステムに実現の可能性はあるのか？ あえてそれを含めた理由とは？

「頒布権は外すことはできないでしょう。このシステムにはある程度の強制力を持たせなければなりませんし、メーカーから権利を預かるという前提がなければACCSが仲介する理由がなくなってしまうのです。ご存知のように頒布権は強力な権利ですから、それを使う場合には一定の節度が必要になります。その点はメーカーと販売店の間で相互にご理解いただくしかないでしょうね」

「7％」「3ヶ月」という数字に対してメーカー側は「安すぎるし短すぎる」といい、販売店側は「高いし長い」というだろう。しかし、見方を変えれば双方が歩み寄った数字をACCSがあらかじめ用意したとも考えられる。

「3ヶ月という数字は中古販売のピークからはじき出したものです。販売店にとってもそれほど無理な数字ではないと思います。7％にしても相当に勉強してるんですよ（笑）。貸与のケースです

■中古ソフト問題解決の形はどういうものが望ましいと思うか？

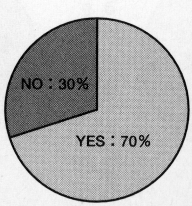
□今まで通り。（匿名）

□メーカー、流通、消費者が合意できるルールを話し合いによって作りあげる。（匿名）

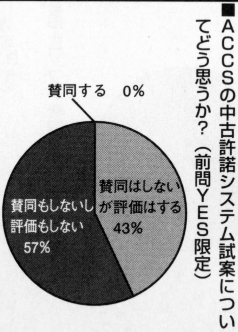
□裁判による決着。頒布権が認められれば中古はやめるし、認められなければメーカーにはビタ一文支払いません。（わしや 鷲尾氏）

※現状ママという答えが半数を占めていた。

■ACCSの中古許諾システム試案を知っているか？



■ACCSの中古許諾システム試案についてどう思うか？（前問YES限定）



□～評価はする：店としては賛同できないが、個人的には制作者に利益還元しないとゲーム業界全体が辛そう。（匿名）

□～評価もしない：禁止期間は必要ない。大作ソフトほど中古としての商品寿命が短く、商売として成り立つか疑問。（匿名）

□～評価もしない：頒布権を前提とした試案だから。（匿名）

が、レンタルCDの使用料は70円固定ですからね。350円のレンタルだとすれば20%です。実際にそれでレンタルショップは成り立っているわけですから、7%が払えないというのでは話になりません」

未だ懐疑的な中古ソフト業者……頒布権に対する懸念

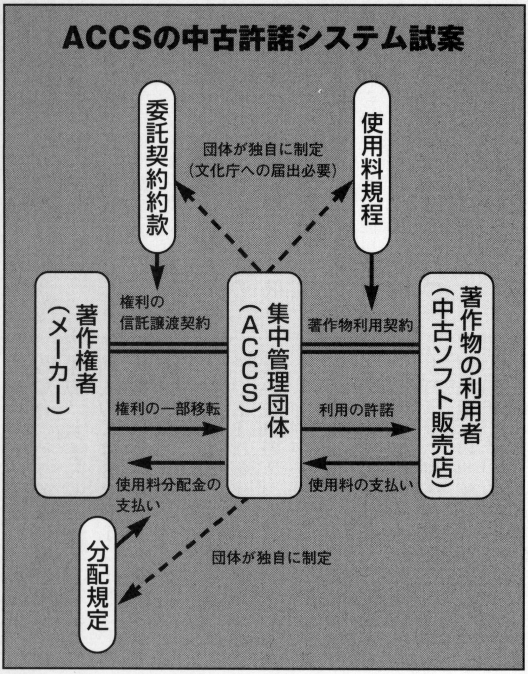
こうしたACCSの動きに対して中古ショップ側はどう考えているのか？ 中古ショップ全体を代表するわけではないが、裁判の当事者であるテレビゲームソフトウェア流通協会（ARTS）にも話を聞いてみよう。

ARTSは代表理事新谷雄二氏の名義で次のように発表した。

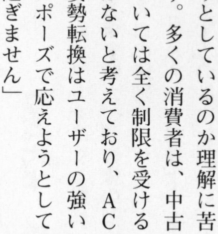
「『頒布権』の信託を前提としている以上、これをもってメーカー側の姿勢が軟化したとみるのは早計です。『頒布権』の所在については、現在、東京高裁、大阪高裁において審理中であり、この時期に何故ACCSが自ら条件を減縮しようとしているのか理解に苦しみます。多くの消費者は、中古販売については全く制限を受けるものではないと考えており、ACCSの姿勢転換はユーザーの強い不信感にポーズで応えようとしているに過ぎません」

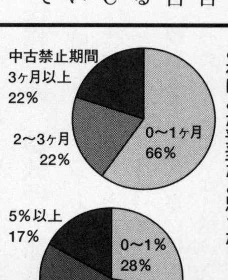
このリリースを補足していただく意味でARTS事務局長の三輪浩司氏に話を聞いた。

「まず頒布権が前提になっているというところからして話になりません。一勝一敗の状況のなかで、わざわざメーカー側の頒布権を認めるシステムに賛同するわけにはいきませんよ。うがった見方をすれば、頒布権を認めてもらっても最大限の行使はしないという裁判所へのアピールとも受け取れます。例の試案に対する私たちの感想というのはこの一点に尽きるわけです。これでコメント終了といってもいいんですよ。まあ、数字についていえば中古取り扱いの禁止期間というのはナンセンスです



■もし仮に利用条件をのんで中古ソフトを取り扱うとすれば中古販売禁止期間、著作権者への使用料（売り上げのN%）はどれほどが妥当だと思うか？





※販売店側の数字はACCSの試案を下回るものが多かった。また、どちらかと言えば中古禁止期間に敏感な反応を示した。

■流通・販売店の声

□メーカー側の一人よがりな制作はやめて欲しい。もっとユーザーや販売店のことを考えてもらいたい。この時代になぜリサイクルが認められないのか？（匿名）

□どのような形であれ中古許諾の方向になればいい。ただ不安定なままいつまでもずるずると決着がつかないのは好ましくないだろう。一刻も早い和解を期待する。（匿名）

□昨年末からメーカーの主張が軟化したと見る向きが多いが、メーカーが頒布権を前提にしている限り、「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」と根本は何らかわっていない。（匿名）

□当店は新品のみなのであまり興味がありませんが、中途半端な業界の態度はユーザーに不信感。（GAMESマーヤ　秋谷久子氏）

※この他に自ら詳しいルールを提案して下さった店舗も。ご協力ありがとうございました。

ね。こちらが考えてもいいと思っている使用料はだいたい1~3%ですから」

これに続けて、同氏はACCSの事業について指摘する。

「こういう試案を出してきた背景にはACCSが指定団体になるための布石という側面があるのだと思います。芸団協やJASRACを見ればよくわかると思いますが、指定団体となって著作権使用料の徴収を行うと数十億単位の利益が生じるんですよ。仮に中古ゲームの使用料が30億円でその10%でもACCSに入れれば相当大きい事業収益になりますからね」

動向が注目されるのは、もちろんあの会社

ARTS側としては、すぐには飲めない条件であるばかりか、前提から受け入れることができないというのが本音だという。ただ、メーカー側の足並みがどのように揃っていくかについては興味を持っていると三輪氏は語る。

「ずばり、SCEIがどう出てくるかでしょうね。この中古許諾システムにSCEIがからんでくる場合とそうでない場合では、意味合いがまったく違うんですよ。個人的にはSCEIはそれほど興味を持っていないような感じがするんです」

すでに報道されているように、SCEIは従来の流通経路を通さない独自のネット流通「プレイステーション・ドットコム」のサービスを開始している。これは単なるネット通販ではなく、定価から10%近く割り引きされた価格が最大の目玉。関係者のなかには「既存流通への明確な決別宣言だ」と見る向きも少なくない。

「ヒットするものはネットでも売れますが、対面販売によって盛り上がるタイトルがいくらでもあることに気づいていないのでしょうか。現状のままネット流通を進めればサービスの低下を見るのは間違いありません」(三輪氏)

ARTS側にしてみればSCEIの中古許諾システムへの参入は傍観の対象でしかないが、ACCSにとってみれば、それはシステム自体の成立を左右しかねない大問題である。久保田氏もSCEIの動向を危惧しているようだ。

最初に説明しなかったが、ACCSが打ち立てた中古許諾システムは、中古ショップ側はもちろんメーカー側にも参加を強制する術を持たない。システムに乗るか否かはあくまでも任意なのだ。メーカーが、このシステムに乗らなければ使用料の分配は受けられない。ただ、それだけである。

「ネットを通じた直販体制を固めようとしているSCEIが、中古販売許諾システムについてどう考えているのかは、私たちにとっても重要なポイントです。SCEIはハードメーカーであると同時に最大のソフト供給元でもあるわけですからね。プレイステーションのタイトルの3~4割はSCEIが権利を持っています。そこが参入しないとなれば……」(久保田氏)

全タイトルの3~4割を占め、しかも注目度の高いソフトが目白押しとくれば、SCEI未参入の中古許諾システムは大いに見劣りするはずだ。また、それだけの数のタイトルが枠外になれば中古ショップ側に無用な労力を強いる結

中古ソフト陣営に望む姿勢

——静岡大学 情報学部 助教授 赤尾晃一

中古ゲームソフトをめぐる裁判にはもう食傷気味だ。頒布権の消尽という入口の段階で、ゲームに愛があるとは思えない弁護士たちが丁々発止するのはウンザリしている。たとえ法廷戦術だとはいえ、「ゲームは映画の著作物ではない」という主張は心地よいものではない。しかし、「ゲームは映画の著作物」となると、中古売買も違法となるから厄介だ。著作権は法解釈も重要だけど、互いにビジネスが成立するような仕組み作りについて議論を重ねていくのがベストに決まっている。

ACCSは「違法中古ソフト撲

シリーズ中古ソフト問題7

果になりそうだ。

しかし、その一方でSCEIの参入が確定すれば他社の追随は明白である。キャスティングボートを握る同社の動向に注目したい…
…というよりも、ACCSが主張する「中古許諾システムがもたらす業界の正常化」が間違いないのであれば、SCEIこそがその音頭をとるべきではないのか？

一方、SCEIは「頒布権の問題は、ゲームだけにとどまらず、デジタルメディア著作物全般に関わる重要な問題なので、今は裁判による決着を見守りたいと考えている。ただ、ACCSの試案によって、著作権保護の問題が広く認知され議論が深まることは歓迎したい」(広報)と、静観の模様だが…。

メーカー側の足並みが揃ったとしても、まだ課題は残されている。今度は販売店側の歩調がどれだけ合うのかという、第一段階以上の難題が横たわっているのだ。

その難易度は、ACCSにおいても、全国に散らばる販売店の数が6千～1万店舗とハッキリと捕捉できていないことから容易に想像がつくだろう。このなかの3千店舗をシステムの枠内に入れることが当面の目標らしいが、交渉の窓口を一本化することは現状においては非常に難しい。本格的なシステム導入のためにPOSシステムなどの設備投資も負担してもらわなければならない。加入店舗に何らかのアドバンテージがもたらされるのかどうかも未定だ。「どんな店にも私たちが足を運ぶつもりです」と久保田氏はいうが、業界全体が一丸とならない限り順風満帆とはいきそうにない。

「まだまだ見直しの余地があるのかもしれません。しかし、単に否定することだけはやめていただきたい。メーカーにしても販売店側にしても対案があれば是非とも聞かせていただきたいのです」(久保田氏)

ACCSの思いは届くのか？

PROFILE

田中裕（たなか・ゆう）

1965年生まれ。フリーライター。行きがかり上、関わってしまった中古ソフト問題とゲーム流通問題がライフワーク（大袈裟）になりつつある昨今…。どちらもSCEIの次なる一手に注目しております。

減キャンペーン」から一転して大幅に譲歩する姿勢を見せた。中古問題正常化に向けた協議の場をもちたいという意思の現れだろう。「中古販売をこういう条件ならば許諾するけど、著作権使用料は払ってね」というわけだ。

エニックスなどの許諾方針では、禁止期間9ヶ月、料率は新品価格の7%だった。ACCSは一案として禁止期間3カ月、中古売上の7%を示唆している。さらに、ユーザーがショップにソフトを売却する行為（ショップから見ると買い取り）については一切制限しないとしている。不満は残るけれど、協議を開始するには妥当な線だろう。

ACCSから球が投げられた限り、キチンと打ち返すのがARTSなどショップ側の責務だと思う。「頒布権概念を使用料徴収の根拠としている限り、協議に応じるつもりはない。頒布権の有無については裁判で決着を付ける」などと球を見逃しにかかっていたのでは、今度は悪者になるのはARTSのほうではないか。ARTSがこれまで「使用料を支払う用意がある」と言明してきた以上は、ACCSの提案を受けて協議のテーブルに着くのが礼儀ではないか。頒布権はこの際は棚上げにしたって構わないではないか。

もちろん、ACCS側の試案にも瑕疵がある。仲介団体を作るのは賛成だが、発表ではまるでACCSが当事者になるかのようだ。ゲーム会社、ショップ、ユーザー（有識者）それぞれの代表者で構成される第三者的機関として提案するべきだろう。また、無許諾販売店には将来的に法的措置をとるとしているのは脅し以外の何者でもない。だが、それもまず協議の席に着いてから、細部を詰めていけばいいだけの話だ。

プレイステーション2の登場で専門店経営はますます厳しくなり、ゲーム会社側も制作費の高騰などの理由で離合集散・優勝劣敗が加速する。中古問題を一日も早く解決することが、ゲーム産業の未来にとっては喫急の課題ではないか。

（寄稿文）

～エロいむえっさいむ、エロいむえっさいむ、さぁ♪～

密かに主婦ゲーマーに人気の迷連載だったりしてからに～

★エロの星の名の下に 通常営業

南敏久

第1話『夜勤病棟』の巻

ジャンル：AVG／メーカー：ミンク／機種：Win95&98／
価格：¥8,800／発売日：'99年12月22日

いや、前号は何のおことわりもなく4Pも占拠してしまってまことにスンズレイしました。今回から心機一転、本来の姿であるところの1Pに戻ってコーナー再開、エロの星の名の下に「通常営業」としてガンバリマスのでどうか一つ！　暖かい目で見守ってほしいのココロ。

南サンもブラブラしてるうちに27歳。最近は1日、1月、1年の経つ間が異常に早く、うかうかしてたら30歳の大台にして無職、となってしまいます。この歳になると若い頃のようには無理がききません。腰は痛いわ借金は増えるわバイトで帰りが遅くなるわモー身も心もズタボロ。生ける屍リビングデッドとなった身体を引きずって路上に出てみましたがあんな山崎邦正の相方が何百文字書いたところでちいとも南サンは癒されません。そこで初心に戻って癒すといえば……そう、看護婦さん。病院はいいですね。あの消毒液臭い空気を胸いっぱい吸い込むと身体の隅々まで浄化されたような気がします。で、エロゲーで看護婦さんといえば？　丁度いい時にいいモノがありました。ミンクの『夜勤病棟』です。

例に漏れず主人公は非道い奴です。主人公・比良坂竜二先生は女のコをとっ捕まえては生体実験と称していぢくり回しその研究成果を世に発表して成り上がってきた何とも黒い太陽731（326に倣ってナミカズと読む）なジーニアス・ボーイです。そんな彼にかつての実験台・成美サンからお誘いが。来たかチョーさん待ってたドンと、聖マリアンナ病院に乗り込んだ竜二先生は博愛精神に燃える4人の看護婦さんをこの医院の金ヅルとすべく肉奴隷への調教を開始するのでした。その期限は1ヶ月。

見た目もココロも汚い竜二先生を看護婦さん達、皆毛嫌いしています。調教どころかまともに会話も出来ない状況ですがそれでもシツコク付き纏っているとそのうち彼女達の弱みが見えてきます。そこを突いて深夜こっそり呼び出すと……腰が砕けるほどあっさり来やがった。女のコちゃんは皆一様に、アナルへの異常な拘りを見せる竜二先生によってほぼ全員ピンクの白衣（じゃ、桃衣じゃん）を汚濁にまみれさせられるのですが、医療関係とアナルプレイって何か深い関係があるのでしょうか？　南サンが昔上野駅のトイレで拾ったエロ本『カルテ通信』もめくったら脱糞とかお浣腸とかそんなのばっかでしたよ。あんまり清潔過ぎるとかえって汚したくなるのかね。あと小野サンが「白衣のデザインが良い」と言うことしきり。確かに。わしもそう思う（©突然ガバチョ）。



「BOYS BE…」と遊人を足して二で割ったようなキャラです。

南敏久（みなみ・としひさ）……27歳造形助手リハビリ中。各方面の方々にご心配ご迷惑お掛けしましたが大丈夫！　生きてます。約半年ぶりにドス握ってウレタン削ってますがイヤ、やっぱ大変ですわ。ちなみに何の仕事かはまだヒミツ。ところで静岡方面の方限定でお願い。誰か静岡第一テレビの徳増ないるさんについて詳しく教えてください。



ラショウ……ソフトハウス「イタチョコシステム」代表戸締まり役
一部でだけ有名。
キリトリ線
私の前にはすでに修羅達がいたのです。
ラショウ'ズボードゲーム 感動の最終回 その
Rasho's Board GAME
Final
テイオックス
ムハショップ
並ぶ修羅
GOAL
GOAL
Player1
本当に買えるのか？
不安
all ×3
フウ…
自己嫌悪
焦り
トイレが怖い…考えちゃダメだ 考えちゃダメだ…
人をウタがうことを知りました
無我！忘我!!
ラジオは「楽しい」で聴くもの
電池切れの恐怖
あんな奴前にいたか？
水＝トイレと考え
思い出に浸る
何度も何度も読むされど頭に入らず…
敵は我にあり
裏切り
親友が出来ました
前の方⇒和気あいあい
後の方⇒険悪
商品
×5
もう…こ…こんなに？
もちろんルールは適当に調整せよ!!
並ぶ修羅の遊び方
商品は5コずつ
を1コ用意。修羅達を3人ずつコピーする
プレイヤー1はお店「テイオックス」側りに修羅達の半分を作為的に配置。プレイヤー2はその逆。
最後(列の最後方)に配置をしたプレイヤーと違うプレイヤーを置く。商品は半分ずつ。
プレイヤーが交互に3回ずつサイコロを振る。
自分のお店側り修羅と修羅表を見較べる。
Player2
1回めのサイコロで修羅表と最前列修羅が合っていたら、無条件に修羅を除くことができる
2回めのサイコロで合ったら商品が1つ売れてなくなってしまう。
3回めのサイコロで合ったら商品が2つ売れてなくなる。
どれでも合わなかったら相手の修羅をどれか一人自分の列に並べる
修羅表
ラジオ持・携帯持の修羅は⚅でないと除けない
1回めの ラジオ・携帯ゲーム取得！相手の修羅にくっつける。
ゴキゲンヨウ サヨウナラ Rasho
イタチョコシステムHP http://www.itachoco.com

THE GAME OF APOCALYPSE

▼この記事には暴力シーンやグロテスクな表現が含まれています。

ゲームのはらわた

Writing by 在鳩飛雲

ダラダラドロドロ血みどろコラム　3年目突入で13回！

Sacrifice 獣惨

スペースバニーズ



血みどろ指数

0　250　500　750　1000

712 Rabbits

我が家ではウサギを飼っている。愛想はイマイチだけれども、こげ茶色した可愛いヤツだ。普段は比較的（あくまで〝比較的〟だ）大人しいし臆病なのだが、何かあると猛烈に怒り出す。床を踏み鳴らして威嚇をするし、よその家ではウサギが人を噛むこともあるようだ。見た目に反して、ウサギってヤツぁ意外と気性の激しい生き物なんである。

さて、なぜそんな話をしているのかと言えば、今回は『スペースバニーズ』ってのがお題だからだ。まるでバニーガールのオネェチャンでも出て来そうなタイトルぢゃないか。しかし、原題は『Space Bunnies Must Die!』――マスト・ダイだぜ！　どんなゲームなんだよ、コレ？

3Dポリゴンの背景とキャラ、女主人公、後方視点、先に進むための謎解き、銃による攻撃、場所の決まったセーブ・ポイント、縁まで歩いて進んで一歩下がってからジャンプ……まんま『トゥーム・レイダー』やないかっ！　みたいな声が聞こえてきそうだが、そーゆーもんだ。

だが、このゲームが『トゥーム・レイダー』と大きく異なっている点がある。それは、制作者が狙い澄まして〝バカゲー〟を作ろうとしてるってことだ。

ある夜、ウェイトレスのアリソン（特技はロデオで、趣味はディスコで踊ること）は、姉のジョスランとクルマに乗っていて、宇宙からやってきた巨大ウサギ、スペースバニーを轢き殺してしまう。怒ったスペースバニーは、ジョスランをアブダクションしてしまった。彼らは地球征服の道具として音楽CDを必要としており、それを作るためにジョスランに無理やり歌わせようとしているのだった！……あのー、俺アタマ悪いんで、話が全然わかんないんですけど…。コレを狙って作ってんじゃなくて、天然で考えたんだとしたらモノ凄いことだ。もしそうだとしたら、俺は絶対友だちになりたくないな。

ストーリーからしてこの調子だから、中身もなんだかヘンな要素が満載。巨大ニンジンを集めて巨大ジューサーにかけるとワープができる（なんで？）。「私を拾って！」と音声（おっと、このゲームは完全日本語版なのだ）で自己主張するアイテム。「なにさっ！　ウサギのくせに……っ！」とか罵り続けるアリソンのブツブツとしたつぶやき。爆弾背負ってやってくるイカレウサギ。いかにも身体に悪そうなのに、なぜか体力を回復する「ゾンビ・ジュース」なる飲み物。アリソンが突然踊り出す謎のダンスボタン……あぁ、なんだかよくわからない。もしかしたら、この訳のわからなさ加減に、普段は大人しいウサギたちもアタマがイカレて人間を襲い始めたってことなのか？

システムとしては、あくまで『トゥーム・レイダー』だから、クリアができないってことはない（この原稿を書いてる時点では、まだまだ先は長そうだ……）だろう。だが、この世界に付き合い続けて、精神の平安が保てるかどうかの自信はない……。

PROFILE　在鳩飛雲：コンシューマの企画兼プロデューサーで、洋ゲー好きのギャルゲー嫌い。最近HPを開いたが、内容はゲームではない（http://www.geocities.co.jp/Hollywood/7544）。名前が違うけど気にしないでちょ。

スペースバニーズ（3DACG）　メーカー：GFiネット／機種：Win95&98／価格：¥7,800（ネット価格：¥7,020）
http://www.gfi-net.co.jp/



注 このページはあくまでジョークですので、今だ発売予定表に載っている発売日未定のサーターンソフトを待つくらいの辛抱強さでお読みいただくよう関係者各位にお願い申し上げます。

Written By タニグチリウイチ

第6回 Not Degital

『カプセラ』

デジタルの権化たるコンピューター・ゲームの情報が満載の『ゲーム批評』。その中にあって1人、デジタルとは無縁のおもちゃを紹介し続けているのは、なにも主義として「アナログ派」をきどっているからでは全然ない。単にデジタルに弱いからで、デジタリアンに人気のおもちゃ、『マインドストーム・ロボラボ』でAIBOを作れ！　とか『ファービー』のアルゴリズムを解析しろ！　なんて指令が出たって何をどうしていいのやら。アルゴリズムって体温計で計れたっけ？　ってなもんだ。

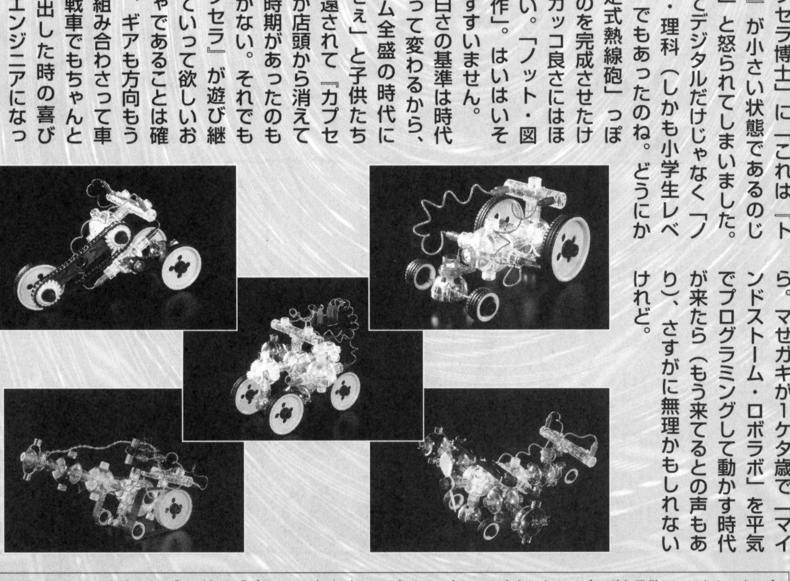
そんな「ノット・デジタル人間」でも、せめて中学校レベルの理科の知識くらいは持っていることを見せておきたいと選んだ今回のアイテムが『カプセラ』だ。今年バンダイから「サイエンスブロック」というキャッチフレーズで発売された組み立ておもちゃで……と聞いてアレレと思った人も多いはず。それも道理で実は『カプセラ』、20年以上も前に三菱鉛筆が販売していたことがあって、子供たちの科学魂をくすぐるおもちゃとして『電子ブロック』と並んで小学生たちの人気を集めていたとか。

世代がガラリと変わった時期をねらっての〝復刻〟は、トミーの『ZOIDS（ゾイド）』と何か似てる。あとバンダイの『ハイパーヨーヨー』も。お父さんには「懐かしい」と手に取らせ、子供には「新しい」と思わせる安易な復刻ブームが、新しいアイディアのおもちゃを生む機会を奪うんじゃないかという心配もあるけれど、「面白いものは時代が変わっても面白い」という主張も一方にはあって、判断は分かれるところ。「面白いんだったらどうして一瞬とは言え消えたの？」というツッコミには後で答えよう。

さて『カプセラ』。説明すればモーターや歯車が組み込まれた子供の手のひらサイズのボールを、コネクターでつなぎ合わせていろいろな乗り物やメカを作って遊ぶ一種の〝知育玩具〟。アナログ版の『パネキット』みたいなものだと思ってくれれば解りやすい、って説明は何か逆転してるなあ。

入っている歯車にはモーターの動きを直角方向に変えたり、速い回転を遅くするかわりにトルクを上げる仕組みのものが数種類あって、うまく組み合わせないと車を作って車輪とモーターをつなげても走ってくれない。速く回った方が良いんだろう？　と思って接続してもピクリとすら動かない車にボーゼンとしながら、付録のガイド「カプセラ大百科」を読んだら「カプセラ博士」に「これは『トルク』が小さい状態であるのじゃ！」と怒られてしまいました。僕ってデジタルだけじゃなく「ノット・理科（しかも小学生レベル）」でもあったのね。どうにか「自走式熱線砲」っぽいものを完成させたけど、カッコ良さにはほど遠い。「ノット・図画工作」。はいはいそうですいません。

面白さの基準は時代によって変わるから、ゲーム全盛の時代に「ウゼぇ」と子供たちに敬遠されて『カプセラ』が店頭から消えていた時期があったのも仕方がない。それでも『カプセラ』が遊び継がれていって欲しいおもちゃであることは確かで、ギアも方向もうまく組み合わさって車でも戦車でもちゃんと動き出した時の喜びは、エンジニアになってもゲーマーになっても「こう押せばこう動く」みたいな想像力であり創造力となって蓄積されていくはずだから。マセガキが1ケタ歳で「マインドストーム・ロボラボ」を平気でプログラミングして動かす時代が来たら（もう来てるとの声もあり）、さすがに無理かもしれないけれど。



内容によって、A～Eの5タイプがある。
メーカー：バンダイ／価格：￥2,480～￥6,980

タニグチリウイチ：1965年生まれ。『レゴ』も『プラレール』もパーツが多けりゃ楽しいおもちゃなんでビンボな子供にゃつらかった。今はお金があっても部屋が狭くて広げられない。世の中ホントままならない。『電撃アンメーションマガジン』で書評連載中。
http://www.asahi-net.or.jp/WF9R-TNGC

岡元 建三 PRESENTS

洋ゲーNETWORKS

第3回 NOX



メーカー：EAスクウェア（開発元：WestwoodSTUDIOS）／機種：Win95&98／価格：¥8,800／発売日：2000年3月16日（日本語版）

公式サイト（日本語デモ版ダウンロード可能）

http://www.japan.ea.com/

洋ゲーの発売時期って遅れることが当たり前なのか、欲しいと思うゲームはなかなか出ないんだよね。『DIABLO2』なんていつになったら遊べるんだろう。6月からベータテストだって言うぐらいだし、冬なのか？　それでも、あの手のアクションRPGが遊びたいと思う私の心は収まらず、今日もまたデモゲームをネットの中で探してみた。その中に実に『DIABLO』ライクなゲームがあるじゃないですか。海外では2月にリリースされ、日本でもエレクトロニックアーツ・スクウェア社から3月リリースの『NOX』だ。さっそくダウンロードするも、31.3MBの容量は少しでかいサイズだ。数時間ネットを眺めて時間を潰し、待つことにしよう。

ちょうど最近気になっているｉモード用のゲームについて検索してみたところ、5000件もの数がHITした。個人からメーカーまで、実に様々なWebサイトがあり、フリーソフトから月額課金のゲームまで内容も形態も千差万別。コレまでのゲームとは違った形の手軽さがある。ボーダレスで新しいフロンティアが、そこには見え始めているようだ。私も携帯電話をカラーiモードに買い換えよう。メーカーに踊らされてるようでもあるが、ここから何か新しいモノが生まれそうな、そんな気がするのである。

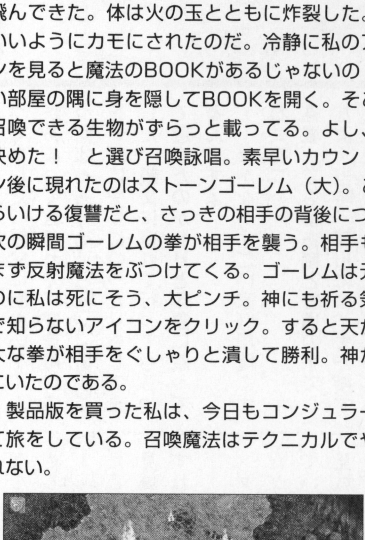
Webサイトをひとしきり眺めきる頃にはダウンロードも終わっており、いよいよゲームスタートだ。このゲームの基本操作はほぼ「DIABLO」と同じで、簡単取り説要らずの即プレイである。

デモ版ではマルチプレイしかできないのだが、製品版ではシングルプレイも用意されており、ウォーリアー・コンジュラー・ウィザードの3種類のキャラクターから選択。敵と戦いレベルをあげ、悪の根元を討つシナリオを堪能できる。じゃあ、マルチプレイも協力型なのかなと思ったりするんだけれど、意外にもそのプレイスタイルはレベル最強状態によるデスマッチモードだったのである。

まずサーバーにアクセスすると、MAP中から戦いの場を選ぶことになる。自分で設定するか、すでに戦ってるzoneに突入することでゲームがスタートする。

私はキャラクターにコンジュラー（召喚士）を選び、戦闘中のzoneにアクセスした。装備ナシ状態で開始である。まずは落ちている装備をかき集めなければ。『NOX』初プレイにもかかわらず、説明書を何にも読んでないから何が装備できるのか、どんな魔法が使えるのか知識ゼロである。クォータービュー視点のフィールドを走る走る。目の前のドアを開けたとたんにファイヤーボールが飛んできた。体は火の玉とともに炸裂した。私はいいようにカモにされたのだ。冷静に私のアイコンを見ると魔法のBOOKがあるじゃないの！　暗い部屋の隅に身を隠してBOOKを開く。そこには召喚できる生物がずらっと載ってる。よし、君に決めた！　と選び召喚詠唱。素早いカウントダウン後に現れたのはストーンゴーレム（大）。これならいける復讐だと、さっきの相手の背後についた。次の瞬間ゴーレムの拳が相手を襲う。相手もひるまず反射魔法をぶつけてくる。ゴーレムは元気なのに私は死にそう、大ピンチ。神にも祈る気持ちで知らないアイコンをクリック。すると天から巨大な拳が相手をぐしゃりと潰して勝利。神がそこにいたのである。

製品版を買った私は、今日もコンジュラーとして旅をしている。召喚魔法はテクニカルでやめられない。



対戦がメインの新しいRPG感覚。相手の足腰が立たなくなるまでたたきのめせ！

Kenzo Okamoto
特殊美術造形家。TVCF・ゲームなどの色々なモノを制作。日々、KALIなどでオンラインゲームに明け暮れるゲームジャンキー。今もって『EVERQUEST』に夢中。

クリエイターの原体験 第16回



僕はゲームのシステムやルールの独自性にひかれていたんです。

株式会社ノイズ
代表取締役社長
見城こうじ

ノイズという会社名は知らなくても、見城こうじという名前に聞き覚えはないか？先日、3人称視点型3DSTG『カスタムロボ』を発売した、氏の正体にせまる。

―毎回同じ質問からなんですが、まずはお生まれとご出身を。

見城こうじ氏（以下、見城）：生まれは'65年、出身は東京の駒込です。小学校と中学校は下町の深川で、そのあとまた駒込に戻り、いまは横浜の方に住んでいるんですけど。

―やはり、子供の頃からゲームなどはやられていたんですか？

見城：そうですね。小学校3～4年生の頃が『テニス』の家庭用ゲームが出た頃で、あれも買ってきましたし、デパートの屋上にあった『ポン』なんていうゲームもやってました。親父に面白いゲームがあるって言われて、有楽町に入ったばっかりの『ブロック崩し』を一緒にやりにいったりもしてました。親父に連れて行ってもらって遊んだのがわりと印象に残ってるんですよ。

―なかなかすごい家庭環境ですね（笑）。

見城：でもまあ割と普通の子でしたよ。当時、深川には、まだ捜すと広場とか空き地なんかがわりとあったり、学校の友達とかと毎日のように走りまわってましたけどね。自転車で遠出なんかして。

―その頃ハマったものや遊びなどはありますか？

見城：初めにハマったのはSFなんです。小学校6年生くらいの時に、『スターウォーズ』とか『未知との遭遇』とかのブームが来たんですね。あと「スターログ」っていう専門誌が創刊されて。マニアックにハマったというのは、あのへんからですからね。SFのなかでも、わりと一昔前のワンアイデアものが好きでした。今考えると、そういう好みは、特に初期のゲームと相通じるものがあったかもしれないですね。

―SFの同人シーンに参加されたことはありましたか？

見城：そこまではやらなかったですね。わりと広く浅く。

―当時は、ゲーム界隈でもファンダムが形成されていたころでしたが、それにはどの程度参加されていたんですか？

見城：高校3年の時、サン電子で、アイデアスタッフみたいな名前でアルバイトを募集していたんで

（注１）ともに初期のパソコン雑誌。『I/O』は'76年に工学社から、『マイコン』は'77年に電波新聞社から創刊された。

（注２）'82年に電波新聞社から創刊されたパソコン雑誌。編さん影さんつぐ美さん編集長Dr.Dは最も有名なパソコン雑誌編集者かも。

す。パソコン雑誌の「I/O」か「マイコン」（注1）でその告知を見て、それで応募したんですよ。会社の人の前で、ゲームをプレイしてアイデアを出したりなんかして。その程度のアルバイトだったんですけど、それが業界に足を突っ込んだ最初の経験でした。

――どんなアイディアを？

見城：単純に、奇抜で斬新なアイディアにこだわってました。当時はアーケードの方が好きだったんで、一つのアクションがゲームに多目的に働きかけることを、すごく重要視していましたね。そのサン電子のアルバイトで手塚一郎っていう、小説家でもあり、ゲームのシナリオライターでもあり、後に「マイコンベーシックマガジン（以下、ベーマガ）」（注2）で一緒にライター仕事をした男がいたんですけど、彼と「BGM」というゲーム同人誌を作ったんです。

――ええ、よく存じております。実はこういうものを持ってきたんですが……〔矢本、「BGM」を取り出す〕。

見城：うわーーっ!!（笑）いやーよくまあ、そんなものを……。

――当時の同人誌を拝見してると、わりと総合誌的な作り方をされているものが多かったんですが、これはその中でもひときわ、ムーブメント的や個々のゲームへの評論を志向されているという印象を受けました。こういうモチベーションはどこから？

見城：確かに、ちょっとだけ他の人たちとアプローチが違うな、という感じはしてましたね。例えば、僕等がやっていたメーカーのラインナップの遍歴をチェックするだとかは、普通しないんですよ。当時は「ハイスコアを出したい」とか、そういうことを考える人がゲームにハマっていたんですが、僕はゲームのシステムとかルールの独自性にすごくひかれていました。それがこういう形で出たのかなって。でも誰々に読んで欲しいなんていうのは明確に考えてなくて。ただ、自分が思っていたことを文章にしたいという気持ちが大きかったですね。あ、でも当時のアーケードのメーカーにはひととおり送りました。今回みたいに、ナムコに入ってから、すぐ隣の席の先輩に「これ……」ってばっと出されてびっくりしたことがありましたね（笑）。「これ読んで勉強になったよ」とか言われて。めちゃめちゃ恐縮した覚えがあります。

――商業誌に関わられるようになったきっかけは？

見城：「BGM」を「ベーマガ」に送ったところ、その中にあった手塚氏作のペーパー・アドベンチャー（注3）、いわゆるゲームブックの簡易版みたいなネタなんですが、それが当時の編集長の目に留まって、「面白いから掲載させて欲しい」って言われたんです。で、気がついたら「人が足りないから」みたいな感じでライターになってました。



ナムコ社員にも影響を与えたという伝説の「BGM」
（資料提供：小山祥之）

――ゲームライターのお仕事をしていて、役に立ったとか面白かったことは？

見城：取材って事でゲーム会社に行ったり……、当時は、開発者の方が出てきてくれることはあまりなかったんですけれども。そういうところの話を聞けたり、最新ゲームを取材したり、それを自分の書いた文章でいろんな人に紹介したり。ゲームに触れていられるというだけで楽しかったですね。

――その頃ゲームライターをやってらして、後にナムコに就職されるわけですが、ゲームを作りたいという衝動というのは、いつ頃からあったんですか？

見城：話は遡るんですけど、僕も高校の時に「MZ-700」（注4）というパソコンを買って。つたないながらも、ベーシックの言語で雑誌に載ってたゲームを打ち込んだりとか。

――それこそ「ベーマガ」に載っているプログラムを……

見城：打ち込んでました（笑）。

（注3）その名の通り、紙媒体にコマンドや分岐シナリオが記述されたアドベンチャーゲーム。当時は雑誌に掲載されることがよくあり、「ベーマガ」でも募集していた。弊誌編集長小野も投稿、ボツを食らった経験アリ。

（注4）'82年シャープ製。MZ-80シリーズの正当な最終進化系。PC-6001とMZ-700のどちらを買うか悩んだ人も多い（ハズ）。

そういう繋がりもありましたね。それで自分でもゲームを作ろうと思ったんだけど、技術が足りなくてね。何だっけな、敵キャラクターの出てこない『パックマン』みたいなゲームを作ったり。ゲームじゃねーじゃん、みたいな（笑）。

――ゲーム会社に入社されることを決めたのはなぜですか？

見城：コツコツと企画を暖めたりとかしてたんですが、実際に制作に入るかどうかとなると、だいぶ悩みました。やっぱり趣味に留めておいたほうがいいんじゃないか、とか。出版関係とかライターの方にずっとひかれていた時期もありまして、でも最後はやっぱり自分で作ってみたい、制作側に回ってみたいという思いが強くなって、ナムコに入社したんです。

――何年に入社されたのですか？

見城：'90年ですね。

――ナムコ入社後にお作りになったタイトルのほうをお聞かせ頂けますか？

見城：ぜんぶアーケードです。『コズモギャング・ザ・ビデオ』、『コズモギャング・ザ・パズル』、『エメラルディア』、『ティンクルピット』、『ナムコクラシックコレクションVOL.1』、『ゼビウス3D／G』、仕上げの手伝いだけなんですけれど『ダンシングアイ』……。ま、数ばっかりたくさん作ってますね（笑）。



見城氏のナムコ時代の代表作の一つ。『コズモギャング・ザ・パズル』。

――主に企画ですか？

見城：そうですね。ディレクション、プランニング全般です。

――『コズモパズル』をはじめとして、見城さんのゲームは、ぱっと見の印象からしても、遊びこんでみても、昔のキャラクターゲームのイメージがあるんですが、学生時代から暖めていた「自分ならこうする」といったアイディアが投影されていますか？

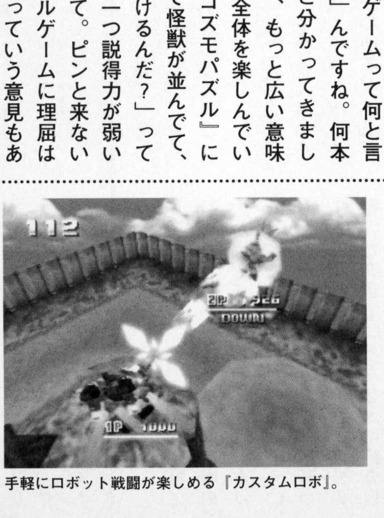
見城：ああやっぱり、それは色濃く出てるでしょうね。ただ、自分の作ったゲームって、いつも「何年か遅れ」だったっていう印象がありますね。もちろん当時は全力を尽くしてやったし、丁寧にいいゲームを作ったと思っているし、「面白い」って言ってくれる人もいるんですけれど。僕のこだわりが、ゲームにはいい面でも悪い面でも出ていたという気がします。最初の頃はずっと、アイディアの面白さとかゲーム性だけが大事なんだと思い込んでいて、あとから見返すと自分のゲームって何と言うか「線が細い」んですね。何本か作ってやっと分かってきました。ユーザーは、もっと広い意味でのゲーム世界全体を楽しんでいるんだって。『コズモパズル』にしても、「なんで怪獣が並んでて、ボールでやっつけるんだ？」って言われると、今一つ説得力が弱いんじゃないかって。ピンと来ないですよね。パズルゲームに理屈はいらないんだ、っていう意見もあるとは思うんですけれども。

――もっとこうすれば引きこめたんじゃないか、というような？

見城：同じパズルゲームでも『XI[sai]』なんかのほうが、よっぽど上手いと思うんですよ。あれは、設定は不条理ですが、サイコロという、誰にでも分かるネタを使っている時点ですでに勝ってますよね。

――ナムコを退社されてノイズを設立された動機は？

見城：それまでの自分を打開したかったので。環境を変えたくなったんですよ。あと、コンシューマに移行したかったというのもあります。ナムコでは部の異動とかも



手軽にロボット戦闘が楽しめる『カスタムロボ』。

簡単にはできなかったんで。

――ゲームデザインに対する反省が、アーケードの制約を取っ払ったところでならば、やりやすくなるだろうと？

見城：そうですね。アーケードには、3分100円で面白さを伝えるとか、色んな制約が入っちゃうんで。自分の力の限界ということもあるんですけれど。実際、当時から家庭用のゲームの方が広がりがあって、ずいぶん自由自在にゲーム作っているなあ、と。

――『カスタムロボ』は、テンポも取っつきもいいですし、説明書もいりませんね。そこにはアーケードで培ったものが反映されているのですか？

見城：そう言って頂けると嬉しいですね（笑）。

――構想としては、初めからあった企画なのですか？

見城：会社ができてからみんなで話し合ってできた企画なんです。プログラマーの一人が、原型となる「3人称視点の3D対戦シューティング」を出してきて、それがみんなで出しあった企画の中で一番良さそうだったので。

――3Dと2Dに違いは感じられますか？

見城：いい意味で大味というか。3D空間を自由に使えるようになった分だけ、1ドットの間合いの問題じゃなくて、もっと大局的な視点での戦略が生まれるということを、作りながら実感しましたね。

――ゲームの仕組みとか作り方をみていくと、「あ、『ポケモン』みたいだな」なんて感じました。

見城：『ポケモン』を特別意識したことはないのですが、少年漫画的なゲームを作った場合の王道になっちゃったのかも知れない。僕、田尻智さんとは同年代なんで、世代的に相通じるものがあったのかも知れないですね。

――ノイズの今後の展開をお聞かせください。

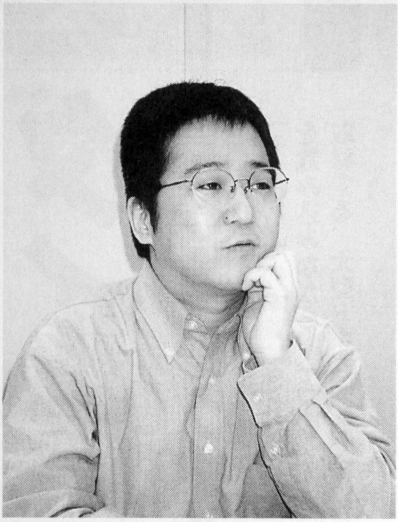
見城：今回、マリーガルさんのご協力もあって、自分たちの会社で自分たちのゲームを作ることができ、とても思い入れが強いんで、この流れを育てていきたいなあ、と思います。

――最後に、読者に対してのメッセージを。

見城：『カスタムロボ』は子供っぽいと思われているかも知れないけれど、ゲーム性に関しては大人から子供まで遊べるだけのしっかりしたものを構築したと思っていますんで。ぜひ一度遊んでいただければな、と。こんなんじゃ駄目ですか？（笑）

――いえいえ。（笑）

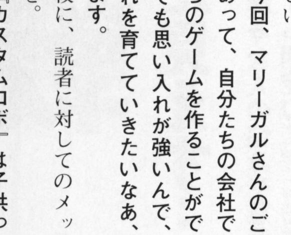
（聞き手・構成／矢本広・佐藤哲朗）



見城こうじ（けんじょう・こうじ）
'65年4月22日生。東京都駒込出身。（株）ノイズ代表取締役社長。学生時代、「マイコンベーシックマガジン」誌にてライターを務め、'90年（株）ナムコに入社、アーケードゲームの開発に携わる。'96年8月、同社退職。同年9月、（株）ノイズ設立。'99年12月8日『カスタムロボ』（N64）発売。

佐藤哲朗（さとう・てつろう）：'72年生。歴史読物「大アジア思想活劇」をメール配信中。http://homepage1.nifty.com/boddo/
矢本広（やもと・ひろ）：'71年生。見城氏のペンネームの由来をお伺いし損ねたことに、少しばかり後悔。でもいい取材だった。http://users.jp.tri6.net/^yam/

プレゼントコーナー



バンダイから発売中の『カスタムロボ』プラモデルを2名様にプレゼント。
欲しい人は官製葉書に見城氏へのメッセージを記入の上、
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7　㈱マイクロデザイン
ゲーム批評編集部
「カスタムロボ欲しい！」係まで。
締切は4月30日必着。

ゲーム制作現場を最初から最後までドキュメントする大型企画！

Dice DICE
Group Sheep's Eyes

ダイスの挑戦

第1回『シグナル』はいまだ見えず…

「モノ作り」の本質はきれいごとだけではすまされない。様々な人の悩みや葛藤を飲み込みながら、一つのゲームは形作られていく。ゲーム開発の工程に密着取材する、大型ドキュメント企画発動！

誰も知らない本当の「ゲームの作られ方」

ゲームはどのようにして作られるのだろうか？……単純な疑問だが、これに明快な答を出せる人はそれほど多くないはずだ。

ドットで表現された絵（らしきもの）が画面上を動くような黎明期のゲームならば作り方の説明くらいはできるだろう。まず必要なのはゲームのアイデア。これに加えてプログラムの技術とセンス、そしてわずかばかりのお金と時間。それだけ、である。その内容をうまく包み込むことができればゲームを作れるかもしれない。運がよければ幾ばくかのお金を手にすることもできただろう。

しかし、これが今のゲームとなると完全にお手上げだ。作り方を逐一聞いたところで、あなたがアマチュアであるならば手も足も出ないに違いない。

それ以前にゲーム作りの本質を説明することすらできない、といった方がいいだろう。

最近では攻略本の巻末などに開発者インタビューが載ることも多いが、あれはすべて結果をもとに語られているに過ぎない。嘘ではないだろうが、完全にホントの話ではない。

「今だからいえる話」にしても、その大半はそれほど大した内容でもないし、本当にいえない話はほとぼりが冷めるまでオフレコなのだ。ゲームシステムの決定に難題が立ちはだかったことは書いてあっても、プロジェクトチームに深刻な内部対立があってスタッフの一部がトンズラしたことは書かれない。グラフィッカーが何度も何度も絵を描きなおした苦労がつづられていても、その人が描き直しを命じたディレクターを激しく呪い、仕事が終わるや完全に訣別した話については秘密だったりす

ダイス業務リスト（'91年設立）

タイトル名	発売元	機種	業務内容	備考	発売日
VEGAS STAKES	米国任天堂	SFC	企画開発	HAL研究所から開発資産供与	
SimCity2000	イマジニア	SFC	企画・CG開発	HAL研究所との共同開発	1995.5.26
平成天才バカボン すすめ！バカボンズ	GE	SS	企画開発		1995.7.7
G・O・D	イマジニア	SFC	企画開発	サードステージ、インフィニティの共同開発	1996.12.20
糸井重里のバス釣りNo.1	任天堂	SFC	企画開発	HAL研究所との共同開発	1997.2.21
ラスベガスドリーム2	イマジニア	PS	企画開発		1997.2.28
シムシティー64	任天堂	64DD	企画開発	HAL研究所から開発資産供与	2000年2月
糸井重里のバス釣りNo.1決定版	任天堂	N64	企画開発	HAL研究所との共同開発	2000.3.31

その他多数



る。オープニングのド派手なムービーを創ったクリエイターが紹介されたとしても、来る日も来る日も地味に背景を描き続けてきたグラフィッカーはそこに登場しない(『○○』はおれが創った、と彼はいうかもしれないが)。

何にせよモノ作りには「産みの苦しみ」が付き物であり、そこには決してきれい事ではすまされない何か、生々しい何かがあるはずだ。光の当たらない部分にこそ「どうやって作るのか」の本質が隠されていると筆者は考える。

この企画は、㈱ダイスのゲーム制作プロジェクトを、その立ち上がり段階から追うことで「ゲームはいかにして作られるのか」を解体していくドキュメントである。通常ならば決して外部に見せないであろう企画書やスケッチも、何点かすでに預かっている。ネタバレに関わる部分や会社運営上やむを得ない内容にまで踏み込むことはできないが、頓挫したアイデアや人間関係の軋轢なども可能な限り、誌上に再現していくつもりである……。

クリエイターが天才クリエイターを見出した

株式会社ダイスは美大出の二人によって'91年に設立された会社である。代表取締役社長の小關昭彦さんと、同じく代表取締役の齋藤明宏さんは、ともに多摩美術大学を卒業した。こう書いてしまうと「大学以来のコンビ」と早合点されるかもしれないが、当時の二人にはほとんど接点はなかったらしい。

絵画科版画専攻の小關さんは卒業後はフリーランスのアーティストを経て広告の世界に入った。一方の齋藤さんはグラフィックデザイン科を卒業。彼もまたCM制作会社を皮切りにさまざまな仕事に就き、さまざまな分野で制作や演出を手掛けてきた。

二人が初めて合流したのは、CMの企画・制作・プロデュースを事業とする株式会社フイアの設立に参加したときである。それから2年後、二人はそろって別の企画会社に入ったが、さらに翌年、小關さんは株式会社シープスアイズ



ダイス代表取締役社長／プロデューサー　小關昭彦氏。



ダイス代表取締役／ゲームディレクター　齋藤明宏氏。

齋藤明宏　経歴（1962年生まれ）

1975-1983	アニメーター
1984	多摩美術大学グラフィックデザイン科卒業
1985	㈱CMランド入社／CMプランニング・ディレクション 大塚製薬・サントリー・明治製菓etc.
1985	フリーランスとなり ㈱サンリオと契約、主に米国向けキャラクター商品の企画開発のためにLAに半年間滞在。 ㈱アスキーと契約。月刊ログインの編集／ファミコン通信の創刊時の編集「みんなの歌」NHK／「ポンキッキ」フジテレビ等の演出 ファミコンソフトの開発を始める
1987	㈱フイア設立に参加　取締役 ラフォーレ原宿／ギンザコマツ等の広告・CMディレクション
1989	㈱ソフィックス入社 ・TVゲーム開発の企画・ディレクション・グラフィックス 「ダウンロード」「ダウンロード２」NECアベニュー 「鏡の国のレジェンド」ビクター音楽産業etc. ・映像制作の企画・ディレクション・プロデュース 「ダウンロード」販売東映　OVA(47分) 「なんたって好奇心」TBS オープニングタイトル 「ROMANTIC PLASTICS」三菱樹脂　プロモーションビデオ 「LOREAL STUDIO」ロレアル　プロモーションビデオ 「お笑いまんが道場」中京テレビ　オープニングタイトル
1991	㈱ダイス設立　代表取締役

小關昭彦　経歴（1957年生まれ）

1981	第2回日本グラフィック展大賞、日本版画奨励賞、公募展覧会入選多数、グループ展多数、日本版画協会準会員
1983	多摩美術大学絵画科版画専攻大学院終了 フリーランスとなる／版画・イラストレーション
1985-1987	㈱サイトウ・マコトデザイン室入社 パルコ／三菱自動車／オンワード／サントリー／服部セイコー等の広告デザイン
1987-1989	㈱フイア設立に参加　取締役 ラフォーレ原宿／ギンザコマツ等の広告・CM等の企画・プロデュース
1989	㈱ソフィックス入社 ・ゲーム企画、アートディレクション 「NIRIKO」ハドソン ・企画・ディレクション 「エスカルゴ大賞」カー・リデザインコンテスト　日産自動車 ・商品開発企画・プロデュース 「MESA」by日比野克彦アートファニチャー　チトセ 「health up」家庭用医療用具　林原生物科学研究所
1990-1991	㈱シープスアイズ入社 ・商品開発企画・プロデュース 「次世代ビデオ商品開発企画フィジビリティ・スタディ」 「ビデオ画王／NV-BX25」 「NV-CX1／ハーフサイズビデオ」以上、松下電器産業㈱ ・商品デザインコンセプト 「sereno／セレーノ」「improve／インプルブ」 「PROPHYLLA／プロフィーラ」 （機能性食品）　以上　㈱林原生物科学研究所 ・映像制作の企画・プロデュース 「ROMANTIC PLASTICS」三菱樹脂　プロモーションビデオ 「LOREAL STUDIO」ロレアル　プロモーションビデオ 「お笑いまんが道場」中京テレビ　オープニングタイトル
1990-1991	㈲テレサーブ設立　代表取締役（翌年休眠） 占いテレホンサービス「大開運」企画・プロデュース
1991	㈱ダイス設立　代表取締役社長

に入社する。独立してゲーム会社を設立する道を模索していた齋藤さんは、以前からゲーム関係の仕事で親交のあったHAL研究所の岩田聡氏に協力を仰ぎ、株式会社ダイスを立ち上げる。その時に小關さんに相談し実務関連で株式会社シープスアイズに世話になった。この状態で数本のゲーム制作を行なったが、強力なプロデューサーが必要と感じ、小關さんと共同で会社運営を行うことになった。

現在の二人のポジションをわかりやすく説明すると、開発の陣頭指揮を執るのが齋藤さん、そして齋藤さんを筆頭とするクリエイターのバックアップに努めるのが小關さんということになるだろう。大雑把にいってしまえば小關さんはプロデューサーで齋藤さんがディレクターである。無論、会社経営にかかわる実務面はすべて社長の小關さんが取り仕切る。

しかし、小關さんも元はといえばクリエイターだったはず。表現することへの未練がないといえば嘘になるのでは？

「美大を出てグラフィックの分野で賞を取ったこともありますが、私は一度として自分は絵がうまいと思ったことがないんです。それよりも才能のある誰かを見出し、自分に替わって表現してもらえるような立場にいる方がいいのではないかと考えたんです」

小關さんも当初は「仕事で絵を描くイラストレーターなどをバカにしてた」というほどの典型的な〝芸術肌〟だったが、アーティストの日比野克彦氏（1）らと行動をともにするうちに「次のシーンは何かを考え、それに適した才能を見つける人」になることを決意。デザイン会社に入社したときもデザイナーの仕事にはあまり手を着けずプランニングのスキルを積み重ねてきた。そして出会ったのが齋藤さんと、彼の周辺にあったアニメやゲームの世界である。

「齋藤に対する第一印象は『かなり変なヤツ』（笑）。だけど互いに触発される部分が多かったですね。何よりゲームの世界に触れられたのは大きかった。これは新しいアートになりうると思ったんです。アートとは絵の上手い下手ではなくて、人の固定概念や、社会の枠組みに刺激を与えること。その頃は、まだ子どものオモチャ的な扱いしか受けていなかったと記憶していますが、いつの時代も新しい潮流に敏感な反応を見せるのは子どもですからね」

ゲームとマンガとアニメと広告と……

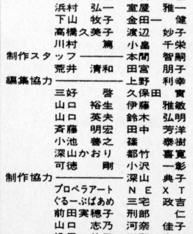
さて一方の主役、齋藤さんの経歴だが……彼の足跡を説明するには二つの柱が必要となる。

美大に進んで、卒業後にCMやゲーム、キャラクター開発の仕事に就いたあたりには小關さんと共通点も多いが、彼のクリエイティブな〝仕事〟を紐解くには中学生の頃まで遡らなくてはならない。

「学校に馴染めないタイプだった」と述懐する齋藤さんは、友達と遊ぶかわりに働いていたのだ。

「父親がマンガやアニメが大好きで、同好の集まりに連れ出されていたんです。新宿にコポタンという喫茶店があったのですが、そこは『COM』（2）の関係者の溜まり場みたいなところだったんですよ。その流れでアニメ関係者と知りあっていった」

今でこそアニメは完全にカルチャーとして確立しているが、当時は専門誌もまだない時代。エンタテイメント扱いされるのはまだまだ先の話である。が、高校生の時にはアニメの制作現場で動画を描


新井　創士　水科　人士
浜村　弘一　室屋　雅一
下山　牧子　金田一　健
高橋久美子　渡辺　妙子
川村　篤　小島　千栄
制作スタッフ――本間　智嗣
荒井　清和　田宮　朋子
編集協力――上野　利幸
三好　啓　久保田　實
山口　裕生　伊藤　雅敏
山口　英夫　鈴木　弘明
斉藤　明宏　田中　芳洋
小池　善之　篠　泰樹
深山かおり　都竹　喜寛
可徳　剛　小沢　一彰
制作協力――深山　典子
プロペラアート　ＮＥＸＴ
ぐるーぷぱあめ　三宅　政吉
前田実穂子　刑部　仁
山口　志乃　河奈　佳子
松尾　礼子　川野　忠仁

月刊ログイン'86年7月号奥付。齋藤氏の名前も見える。

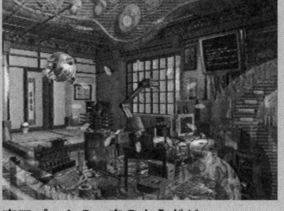


『ファミコン通信』のTVCM絵コンテを切ったのも齋藤氏だった。

(1)今や世界的に有名なアーティスト。国内外で個展・グループ展を多数開催する他、時計などの商品デザイン、舞台美術、パフォーマンスなど多岐にわたり活動。
(2)虫プロが中心となって創刊した漫画雑誌（67〜73年）。手塚治虫の『火の鳥』を擁し、しばしば『ガロ』と対比された。

◆シグナル（仮）とは…◆

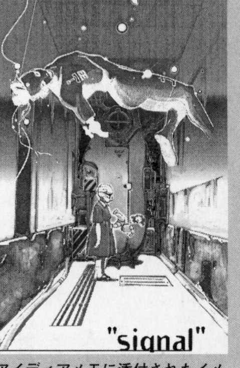
ダイスが企画・開発中の映像主体のAVG。近未来の日本を舞台にしたミステリー仕立ての内容で、テーマは「科学と哲学」。進みすぎた科学技術渦巻く近未来が舞台。最先端の科学技術を小道具として扱うため、ゲーム業界以外にも様々な立場の科学者・研究者に制作に携わってもらう予定。3月9日現在でゲーム・コンセプトとストーリー概要が記されたA4版10数枚のアイディアスケッチと、1分半のCGイメージビデオのみ。総予算、スタッフ配置、開発ハード、発売時期など、具体的な事柄はほぼすべて未定。



安アパートの一室のようだが…。



何かの信号が入っているのか…。



アイディアメモに添付されたイメージイラスト。

くようになっていった。そうした中で大御所りんたろう氏（3）などと出会っていく。

「大学に入ってからも学校に行かずアニメの世界に浸っていました。当時つき合いのあった人でマンガやアニメの世界で名を成した人は多いですね」

ところが……このままアニメ業界に居座らなかったのが齋藤さんの変わったところ。「ディズニーの片腕として知られるアニメーターのウォール・キンボールが来日したときに会いに行った」というほどコアな人がなぜ？

「正直にいいますけど、アニメって貧乏だと思ったんですよ。CMなら同じ仕事をしてもギャラが一桁か二桁違いますからね。ひこねのりおさん（4）の紹介でCM制作会社に入社しました」

ただし、この会社に在籍したのはわずか1年半。続いてフリーランスとなり、まずサンリオと契約して米国向けキャラクターの企画開発のために渡米、さらにはアスキーと契約し『ログイン』や創刊時の『ファミコン通信』の編集者を経験。並行して原宿ラフォーレなどのコマーシャルの演出も手掛けていた。

まさに八面六臂の大活躍だが、話はこれで終わりではない。ここまでの流れと並行して彼はゲームの世界にも足を踏み入れていた。大学時代からドット絵職人に絵の才能を発揮。のちに会社設立時から支援を得ているHAL研究所の岩田聡氏（5）に出会ったのもこの頃。『エッガーランド』などのグラフィックに携わり、大学卒業後も岩田氏との親交は続いていた。

「その後、様々な会社で仕事に携わった中で、本格的にゲーム開発に携わったのはPCエンジンのSTG『ダウンロード』、同『2』のときですね。グラフィッカーとして参加したのですが、最終的にはゲームデザインやディレクションまで学びました」

アニメ、CM制作、フリーのクリエイター……あらゆる領域で活躍してきた彼が、最後にゲームを選んだ理由を問うと「明日が見えないところが楽しいと思ったから」という答が返ってきた。

(3)アニメーション監督。代表作『銀河鉄道999』『さよなら銀河鉄道999〜アンドロメダ終着駅〜』『幻魔対戦』など。
(4)アニメーション監督。『カールおじさん』のデザインで有名。
(5)HAL研究所恵務取締役。代表作『星のカービィシリーズ』『ニンテンドウオールスター！　大乱闘スマッシュブラザーズ』など。

〝思想〟を盛り込んだゲーム……その可能性

小關・齋藤コンビの二人三脚でスタートしたダイスは、今なお定番ソフトとして売れ続けているツクダオリジナルの『オセロワールド』や、ニンテンドウ・オブ・アメリカが発売した『VEGAS STAKES』(日本未発売だが全米で50万本というヒット作)を開発した。最近では糸井重里氏監修の釣りゲー『バス釣りNO.1』シリーズ、また64DDの『シムシティー64』(ダイスは企画、CGを担当。プログラムはHAL研究所)も、開発はダイスが担当している。

「今度は外向きの仕事がしたいと思うようになったのは最近のことです。メーカーになるつもりはありませんが、ダイスの名を外に知ってもらいたいと思った」

それが『シグナル』(仮)開発の動機だったと齋藤さんはいう。

『シグナル』……バイオテクノロジーの進歩により病気が激減した21世紀の世界。同時期にナノテクノロジーを基盤とする人体制御も流行したが、欧米中心のナノテク勢力と日本のDNAテク勢力の対立構造が生まれ、最終的に後者が勝利。世界を席巻したDNA操作の潮流は、日本企業を世界政治に関与させるほどに肥大させた。世界企業に発展した〝トミタ〟は二つの大きなプロジェクトに取り組むが……。

現段階ではアドベンチャーゲームの文法を用いることが予定されている。ただ残念ながら、ネタバレ部分が多いため、詳細については触れることができない。

設定や世界観などは、ひと頃、流行りかけたサイバーパンク的な趣は見られるが、盛り込まれるアイデアの羅列を見る限りでは単なる模倣、あるいは焼き直し的なところは見られず非常に斬新な印象を受ける。アイデアメモを読むと「大脳」「臨死体験」「人はどこへ行くのか」「バイオテクノロジー」といった最新科学のトピックス的なキーワードが目白押しだ。

「これまでの日本のゲームには思想性があまりにも欠落していたと思います。表面的に楽しければいいという点が重視されているためでしょう。しかし、だからこそ批評に耐えうるものが少ないんですよね。ただ、一方では作家性に頼ったものもダメだと思います。これもまた業界の常識になってることですが、クリエイターとはすなわち作家性を持つ人だと思われているところに問題があるんですね。作家性を口にした時点で、売れなくてもいいということになる。日本のゲーム産業ももっとハリウッドの制作スタイルに学ぶべきなんです」

「ディレクターに必要なのは作家性だけではなく体力だ」と齋藤さんは力説する。日本の映画は最後のフィルム編集にまで監督が参加し、結果的に「作家」の作品となってしまうが、ハリウッドでは監督が撮り溜めたフィルムをプロフェッショナルの編集マンが料理するという。それぞれのパートがプロとして評価される土壌もある。アカデミー賞が編集や特殊効果を的確に判定していることが何よりの証拠だ。

「それが〝エンタテイメントの技術〟だと思うんですよね。最初から最後までディレクターが取り仕切っていては体力が続きません。正直なところ、ぼくだって作家として評価されたいという気持ちもあるんです。だけど、ハリウッドの監督たちは自分の持っているバックボーンや思想を、スタッフに預けてモノを作る術を知っているわけです。もちろん最終的にはディレクターが判断していますけどね…」

齋藤さんはこうした集団でモノを作るノウハウをこの仕事で試していきたいらしい。日本のクリエイティブ現場でいうところの作家性(=何から何まで1人ディレクターが作っているという幻想)を否定し、各分野のプロに仕事を任せる。その全体をコントロールするのがディレクターであり、そのディレクターの原動力となるのが思想だというのだ。

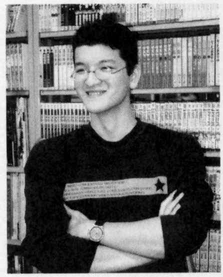
相反するゲーム哲学を持つ二人が組むことに

「『シムシティー64』は当初〝資

本主義の終焉〟を背景に掲げたんです。元祖『シムシティ』はアメリカ資本主義的なゲームでしたが、今はもうそんなバブルな時代じゃない。どんどんビルを建てていっても、それだけでは行き詰まる、まさに資本主義は終わったというようなものにしたかった。ただ、そんなテーマは誰も理解してくれなくて、途中でディレクターを交替したんですけどね（笑）。今回の『シグナル』では〝科学と哲学〟をテーマにしています。もっとわかりやすく表現するなら、科学は行くところまで行っちゃってる、今後、現在の科学と定義されている思考だけのアプローチでは解明できないことがたくさん現れるはずだ、そんなとき人間はどうすればいいのか……というところでしょうか」

この後、最新科学のトピックスについて大いに話が弾んだが、ではその思想をどうやってゲームに反映させようというのか。

齋藤さんの話に引き込まれているときには「それはおもしろい」と心を躍らせたが、一歩身を引いて彼の下で開発にあたるスタッフの立場になってみると「じゃあ、どうやって作るの？」と不安になってしまったのである。



ダイス　ディレクター
西山武雄氏。

齋藤さんの思想を、彼にいちばん近い場所に立って具体化する作業がゲームデザイナーということになる。その大役（実は難役）に指名されたのが同社でディレクターの肩書きを持つ西山武雄さんだ。彼もまた美大出身（中退）。武蔵野美術大学では空間演出を学んでいた。学生時代に知人のつてで、鴻上尚史氏制作のＲＰＧ「Ｇ・Ｏ・Ｄ」にアルバイトで係わったのが業界入りのきっかけ。その時に制作現場として派遣されたのがダイスだった。その縁で現在もフリーランス契約というプロフェッショナルな立場にこだわりダイスのゲーム開発に携わって5年目になるスタッフである。

最初は単なるアルバイトのつもりだったが、結果的にその領域をはるかに超えた仕事を任され、右往左往しているうちにサブディレクターの地位に就いていた。

「自分がサブディレクターだったと知ったのは完成品のスタッフロールを見たときなんです（笑）。当初のダイスにはどこかルーズなイメージがありました。それでもここに残ろうと思ったのは、自分ならもっと上手くやれるはずだという確信があったから。ダイスは『できる人にはやらせる』ってスタンスなんです。だから作業が細分化されてるところに比べると、遅れの原因も特定しづらい。究極的にはゲームはひとりだけの作品だと思うんです。ゲームは作家性がどんどん強くなっていますから、最後は限りなくひとりに近い少人数で作るのが理想なんでしょうけどね。それが実現できる制作環境が生まれれば、ゲームもひとつの完成型を迎えるでしょうね」

ここに齋藤さんとのズレを発見した。齋藤さんが否定した「作家性」を、西山さんは完全に肯定しないまでも受け入れようとしているのだ。「そこら辺がねうちの齋藤のいいところでもあり、僕がいつもなんだかなって思うところ（笑）」と話は続く。

肝心なことを書き漏らしているが、実はまだ『シグナル』のプラットフォームは決まっていないのだ。もともと『シグナル』は、プレイステーションの立ち上げ時に企画が決まっていたが、諸事情によりキャンセル。そして今、ハードが未定のまま、再度企画だけが滑り出した。齋藤さんはまずＰＣである程度ひな形を作り込み、そこで再度検討する予定だという。余談になるがＰＣゲームとして開発するならば、テーマとして掲げている「科学と哲学」をより鮮明にするために、ネットワークを盛り込むアイデアも出されている。

「齋藤は、ぼくみたいにやれハードが決まって、スペックもある程度熟知してその上での企画や仕様が……というタイプと対極にあるんですよ。齋藤としてはそれで十分であって、そうやって作っ

ていくと、もしかしたらゲームという枠すら超える可能性もあるんです。なんというか……天才の下につくと大変だ、と」

「ぼくとしてはいかに齋藤の広げていった風呂敷をどう畳んでいくかってところの手腕を問われていると思う」と西山さんは語る。

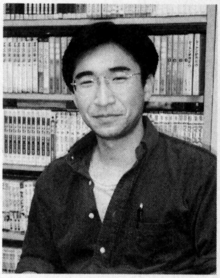
事実、齋藤さんが『シムシティー64』のディレクションを交替した相手というのも、実は西山さんだったのだ。両極端の考えを持つディレクターとゲームデザイナー。うまく噛み合えばいいが、そうならないときは……凡百のゲームと同じ轍を踏まないとは限らない。

突然のゲームデザイナー交代劇

それから数日後、再びダイスを訪れたとき思いも寄らぬ言葉を聞くことになった。

「ゲームデザイナーが変更になったんですよ……」

齋藤さんと西山さんのソリが合わなかったため、ではない。社内の他の開発スケジュールを考慮してのやむなき決定である。



ダイス気鋭の新人プランナー北山隆弘氏。

西山さんの代役として抜擢されたのが大学院で電子工学を専攻していたが中退し、デジタルハリウッドでCGを学んだという北村隆弘さん。デザインもプログラムもわかる人材ということで社長の小關さんが進めるビジュアルメールプロジェクト『パリ天使東京天使』の開発に携わった。ただし実務経験は1年強。まだ24歳。

「一昨日聞いたばかりなんですよ。齋藤さんに『君しかいない』といわれたんですが、ビビるしかないですよね」

「(前の仕事を)横から見ていて、プログラムが分かる、なおかつデザインのことも理解できる奴なんだなって思っていたんです。今回はビジュアル面をかなりプログラム寄りの部分からいじってもらうことになるので、彼ならいいかもしれない」と齋藤さんはいう。

ゲームデザイナーは、文字通りゲームのおもしろさを数字で構築する役どころである。やむを得ない事情があったにせよ、今回のバトンタッチによって『シグナル』の行く末は大きく変わってしまったのだ。西山さんと北村さんのどちらが優れているという問題ではないが、完成するであろう『シグナル』の〝可能性〟は、2日前のそれと大きく変わったわけである。これが吉と出るか凶と出るか……おそらく齋藤さんにもわからないだろう。次回から北村さんの考えるゲームデザインについてもさらに深く追求していくつもりだが、ひとつだけ彼の考える方向性を書いてみよう。

「どちらかというと、デザイナーはお話が出来てから、どうやってゲームにするか、という発想をされることが多いじゃないですか。僕は、まずゲーム性を入れてからお話をおもしろくする方法で作りたいんです」

「どっちかというと無茶無茶理系な考え方」と北村さん。たしかに美大出身の西山さんとは、話していて雰囲気も違う。

『シグナル』の行く末やいかに……

これまでの取材の中で、社内外に渡る他のスタッフの話も聞いたが、それはまた次回に移すことにしよう。

この企画は当面は1年間のレギュラーを予定しているが、実際のところはどうなるかわからない。次号で早くも計画が頓挫する可能性もあるし、プラットフォームの変更もあり得る。人選に大幅な変更があるかもしれないし、アドベンチャーゲームという大元が崩されるかもしれない。

本稿はそれもこれもすべてひっくるめた正真正銘の密着型ルポルタージュなのだ。

「ゲームを作ってる途中を同時進行で見せるというのは業界でも初めてのことでしょうね」と齋藤さんは笑うが、明日はどんな展開が待ち受けているのか……。

ゲーム作りの実際を少しでもお伝えできれば幸いである。(続く)

この連載に対するご意見、ご感想、ご要望をお寄せ下さい。宛先は編集部『シグナルはいつ見えるのか』係まで。

田中裕(たなか・ゆう):1965年生まれ。フリーライター。インタビュー、ゴーストライター、企画モノ取材など幅広く活躍。本誌では他に中古・流通問題をウォッチ。

ゲーム批評がこれを観ろというので

さて、ついに発売されましたね、プレイステーション2！　DVDが観られるなど凄いマシンですが、それの遥か先を行く究極の体感ゲーム「イズジステンズ」を知ってるか!?　というわけで『**イグジステンズ**』（ギャガ配給ゴールデンウィーク公開予定）の紹介から。奇才デビッド・クローネンバーグ監督が「ゲーム」をテーマに選んだ衝撃の話題作がやっと公開だ。とにかく目を見張るのが「イグジステンズ」のプレイスタイル。プレイヤーは「バイオポート」と呼ばれる穴を脊髄に開け、そこに「ゲームポッド」（ゲームコントローラー）をグリグリと挿入してプレイするのだ！　サイバー感と内蔵感覚あふれるクローネンバーグ節がフル稼働。決して派手さはないが、ゲーム＆映画ファンならば必見の近未来SFだ。

SFなら日本も負けねーぜ！　ってんで『**ブリスター！**』（スローラーナー配給　5月公開予定）の紹介。「ブリスター」とはマニアの間ではすっかりお馴染みのフィギュア等が透けて見えるパッケージのこと。世界中のマニアが必死に探す伝説のフィギュア『ヘルバンカー』を巡って展開するハイテンションSFムービー。作り手たちの映画に対する情熱がビシバシ伝わってくる。SF映画マニア、フィギュアコレクターならずとも楽しめますよ。

CGとかデジタルならウチらも負けへんでー！　と殴り込みをかけるのが『**風雲 ストームライダーズ**』（ポニーキャニオン配給　春公開予定）だ。謳い文句「東洋のマトリックス」は伊達じゃない。CGとワイヤーアクションが織りなす壮絶な格闘アクションが観る者の血を沸騰させる！　そして特筆すべきは、外国人として初の香港アカデミー賞主演男優賞ノミネートの快挙を成し遂げた千葉真一！　宙に舞い剣を振るい殴る蹴るわでカメハ●波を連発するチバちゃんはカリスマ度140％の渾身の演技！　はっきりいってシビれます。ヤンチャな友達を誘って劇場へGO！

最後はしっとりと『**マン・オン・ザ・ムーン**』（東宝東和配給　初夏公開予定）。35歳で他界した伝説のコメディアン「アンディ・カフマン」の短い生涯を描いた作品。注目は、アンディの生き写しとまで言われたジム・キャリーの鬼気迫る名演技だ。前作『トゥルーマン・ショー』同様、アカデミー賞にソッポを向かれてしまったが、気にするな、俺たちがいるじゃないか！　伝記＆コメディということでなかなか足が向かないかも知れないが、ぜひとも観に行こうではないかジス・イズ・ア・ペン！（追悼・荒井注）

イグジステンズ



風雲　ストームライダーズ



ブリスター



『ブリスター』公開に合わせてフィギュア付きの前売り券（￥6.000）が4月14日から限定1000枚の発売なので、コレクターなら要チェックだ！

お詫びと訂正

前号で以下の誤りがありました。読者並びに関係者の皆様にご迷惑をおかけしたことを深くお詫びすると共に、ここに訂正させていただきます。

★12頁で「（ホーホーのぬいぐるみが）設定上では一本足なのに、二本足のぬいぐるみではないか」という表記は、もともとホーホーは2本足だが、常に片足を挙げているという設定であり、事実誤認でした。

★103頁で掲載した「ひびきの高校ホームページ」は、コナミ公式サイトではなく、ファンによる個人運営サイトであり、引用として不適切でした。左図が正しい公式サイト画面です。



ひびきの高校ホームページ
http://www.hibikino.net/hibikino

第4回日本ゲーム大賞

CESA大賞をぶっとばせ!

今年から名前を日本ゲーム大賞と変えたCESA大賞。その発表を前に、座して待つことができないゲーム批評の編集部員は、独自のルートで調査を開始した。果たしていかなる結果が出るのか!?

ユーザーは日本ゲーム大賞を知っているか

桜の花咲く今のシーズン。世の人が花見だなんだと浮かれているころ、ゲーム業界も東京ゲームショウなる催しでにわかに活気づく。その目玉の一つとして、日本ゲーム大賞（＝CESA大賞を今年から改名）の発表があるのだ。CESA大賞といっても知らない読者も多いと思うので、ここで簡単に説明しておこう。社団法人コンピュータエンターティンメントソフトウェア協会（CESA）が家庭用・PC向けに発売された作品を対象に、優秀な作品を表彰するというものだ。

しかしゲームが一般層にも特別なモノではなくなり、今回で第4回目を迎えるにも係わらず、認知度は今ひとつ低いように思われる。おまけに今回から名称が日本ゲーム大賞に変わったこともあり、また再インストールとなってしまった。これではいかん！　と思い立った我々ゲーム批評編集部は、何かしなくてはならないという（無茶な）使命感に燃えまくった。そして外へ飛び出してユーザーの生の声や流通のプロの声など、あらゆる方向からデータを聴取・集計し、独自に日本ゲーム大賞を制定することにしたのだ！

公式の大賞の方は、本誌が発売になる前に（3月30日）発表されているが、現段階では未定。実際の賞を見ながら本誌を読んでニヤニヤするのもよし。受賞作品に納得できない場合は、自分版日本ゲーム大賞を決めてCESAなりメーカーなりゲーム批評に送りつけるのもよし。それでは調査結果をご覧あれ。



街頭での調査は熾烈を極めた。（撮影：丸谷歳一）

第4回 日本ゲーム大賞ノミネート作品
（'99年1月〜'99年12月発売のソフトが対象）

□**大賞・優秀賞ノミネート作品**
- ヴァルキリープロファイル
- グランツーリスモ2
- クロノ・クロス
- シーマン〜禁断のペット〜
- シェンムー　一章横須賀
- スペースチャンネル5
- ソウルキャリバー
- ダービースタリオン99
- Dance Dance Revolution
- ときめきメモリアル2
- どこでもいっしょ
- ドラゴンクエスト・キャラクターズ トルネコの大冒険2〜不思議のダンジョン〜
- ドンキーコング64
- ニンテンドウオールスター！大乱闘スマッシュブラザーズ
- バイオハザード3 LAST ESCAPE
- ファイナルファンタジーVIII
- ポケットモンスター（金・銀）
- マリオパーティ2
- 桃太郎電鉄V
- ワイルドアームズ2nd イグニッション

〈部門賞〉

□**ゲームデザイン賞**
- グンペイ
- シーマン〜禁断のペット〜
- スペースチャンネル5
- Dance Dance Revolution
- どこでもいっしょ

□**プログラミング賞**
- グランツーリスモ2
- シーマン〜禁断のペット〜
- シェンムー　一章横須賀
- ソウルキャリバー
- 電脳戦機バーチャロン オラトリオ・タングラム

□**グラフィック賞**
- クロノ・クロス
- シェンムー　一章横須賀
- 聖剣伝説 LEGEND OF MANA
- どこでもいっしょ
- ファイナルファンタジーVIII

□**ムービー賞**
- クロノ・クロス
- ソウルキャリバー
- パラサイト・イヴ2
- ファイナルファンタジーVIII
- レジェンド オブ ドラグーン

□**キャラクター賞**
- サルゲッチュ
- シーマン〜禁断のペット〜
- スペースチャンネル5
- どこでもいっしょ
- ポケットモンスター（金・銀）

□**シナリオ賞**
ヴァルキリープロファイル
クロノ・クロス
サイレントヒル
シェンムー　一章横須賀
ファイナルファンタジーVIII

□**サウンド賞**
ウンジャマラミー
クロノ・クロス
スペースチャンネル5
Dance Dance Revolution
ファイナルファンタジーVIII

大賞・優秀賞：一般及びCESA会員会社の投票により上位20タイトルをノミネート作品として選出。その後日本ゲーム大賞アカデミー委員が審査・投票を行い、「大賞」1作品、「優秀賞」5作品を決定。

部門賞：CESA会員会社の投票により各部門上位5タイトルをノミネート作品として選出。その後CESA会員会社の投票で各部門賞1作品が決定される。

CESA大賞の歩み

「CESA大賞'96」大賞受賞作品
サクラ大戦
セガ
SS

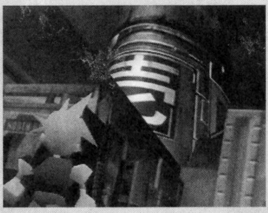
「CESA大賞'97」大賞受賞作品
ファイナルファンタジーVII
スクウェア
PS

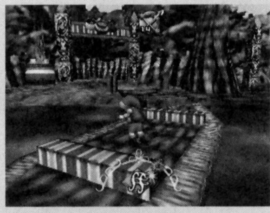
「第3回CESA大賞」大賞受賞作品
ゼルダの伝説　時のオカリナ
任天堂
N64

テレビゲーム業界では初の業界団体として、ソフトメーカー主導で発足したCESA。このCESAが「国内で唯一の公正な表彰制度」として制定したのがCESA大賞だ。過去3回の受賞作品は左記に記す通りだが、受賞を巡って論議も交わされている。特に第1回目のCESA大賞では『ポケモン』『バイオハザード』『パラッパラッパー』などを押しのけて受賞した『サクラ大戦』に対し、ユーザー・業界内で批判もあった。こうしてゲームの質を巡る議論が起こるという点だけでも、CESA大賞の存在意義があるのだが……。



人気は高かった『サクラ大戦』だが決定力には欠けていたような……。


多くの人が受賞を予想できた『FFVII』。技術力は素晴らしい。


『時のオカリナ』に任天堂の底力を見た。これ以上の作品をN64は生めるか?

大賞選出の意味はどこにあるのか

第1回CESA大賞は、メーカーが選出したノミネート作品に対し、ユーザーが投票するという、端的に言えばゲームの人気投票だった。しかし日本ゲーム大賞と名称を変えた今回は、まずユーザーとCESA会員会社による投票でノミネート作品を選び、その中から150余名の「アカデミー委員」が審査・投票して選出する、という形に変更された。人気投票から、より文化的見地から選出される賞へと質的転換をしたわけだ。

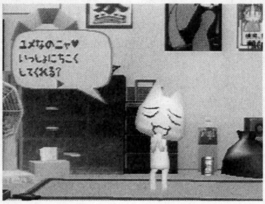
クリエイターの作り出した作品が、公の場で評価を受けるということは悪いことではない。ただし、テレビゲームが嗜好品である限り、万人に納得できる賞は「売り上げ」以外にあり得ない。当然この場合、賞はビジネス面・商品面からの選出となり、ゲームの文化的見地からの選出とは、上がる作品も判断基準も異なってくる。つまり商品面と作品面の双方で賞を制定することが望ましいわけだ。正確な売り上げランキングの制定も、またCESAでしかできない事柄なのだが……。

ともあれCESA大賞の発表はもう間近。果たしてどのような結果になるのか、どんな議論が起こるのか興味津々だ。少なくとも受賞の理由が満足できるようなものであることを祈るばかり。

ゲームソフト
売上げランキング(1999年1月1日～1999年12月31日まで)
※編集部調べ

1	ファイナルファンタジーVIII	スクウェア/PS	2/11	368.9万本
2	ポケットモンスター(金・銀)	任天堂/GB	11/21	315.0万本
3	バイオハザード3 LAST ESCAPE	カプコン/PS	9/22	136.0万本
4	グランツーリスモ2	SCEI /PS	12/11	117.6万本
5	Dance Dance Revolution	コナミ/PS	4/10	95.9万本
6	ニンテンドウオールスター! 大乱闘スマッシュブラザーズ	任天堂/N64	1/21	93.6万本
7	ダービースタリオン99	アスキー/PS	9/30	81.0万本
8	どこでもいっしょ	SCEI/PS	7/22	57.8万本
9	ヴァルキリープロファイル	エニックス/PS	12/22	52.9万本
10	ドンキーコング64	任天堂/N64	12/10	52.5万本

昨年1年は現実の面白さにテレビゲームが負けた年だと思う。携帯電話はネットワークの魅力をテレビゲーム以上に示し、AIVOは実際に触れるというアナログの強さを改めて見せつけた。テレビゲームもまたこうした世情に合わせて、インターフェースの面白さや玩具的な面白さを指向するものが元気だった。こうした見地から大賞は『どこでもいっしょ』に決定(ポケモン金・銀は続編ということで大賞からは外した)。補足としてグラフィック賞は気味悪さまで表現した『シーマン』だろう。またネットゲームの新境地を開いた点で『EVERQUEST』を特別賞に押したい。最後に日本ゲーム大賞はあくまで家庭用とPCの賞なので、業務用移植作の判断基準に迷った。早く業務用を加えたより普遍的な賞に進化すべきだろう(小野)。



キャラクター云々よりも、遊び方の発想の部分が光った『どこでもいっしょ』。

編集部が独断で選んだ 日本ゲーム大賞

大賞

★どこでもいっしょ

優秀賞

★ポケットモンスター金・銀
★シーマン～禁断のペット～
★ニンテンドウオールスター！
　大乱闘スマッシュブラザーズ
★Dance Dance Revolution
★ソウルキャリバー

部門賞

★ゲームデザイン賞　どこでもいっしょ
★プログラミング賞　電脳戦記バーチャロン
　　　　　　　　　　オラトリオ・タングラム
★グラフィック賞　…なし(シーマン～禁断のペット～)
★ムービー賞　………ソウルキャリバー
★キャラクター賞　…どこでもいっしょ
★シナリオ賞　………ヴァルキリープロファイル
★サウンド賞　………スペースチャンネル5

本誌読者アンケート156通で調べた 日本ゲーム大賞

1位	12pt.	「買ってない、持ってない、やってない」
2位	9pt.	ドラゴンクエスト・キャラクターズ～トルネコの大冒険2～
3位	8pt.	ポケットモンスター(金・銀)
4位	7pt.	ソウルキャリバー
5位	6pt.	バイオハザード3 LAST ESCAPE
5位	6pt.	トゥハート
7位	4pt.	どこでもいっしょ/ファイヤーエンブレム～トラキア776～
8位	3pt.	ペルソナ2～罪～/シーマン～禁断のペット～
その他	2pt.	/シェンムー/ファイナルファンタジーVIII/グランディア/ワイルドアームズ2ndイグニッション/ヴァルキリープロファイル

対象作品を限定しなかったため、票が大きく割れた読者アンケートの集計。まぁとりあえず1位は置いておいて、ゲーム批評読者に一番評価された作品は『トルネコ2』となった。今となっては目新しいという訳にはいかないが、その洗練されたシステムは多くのユーザーを納得させる魅力があったようだ。全体的な傾向として『FE～トラキア776』を初めとする、ヤリ込み系のRPG人気は依然健在。蛇足だが『トゥハート』がランクインしているあたりは、さすがと言うべきか。

AOUショウ来場者54人の 日本ゲーム大賞

1位	120pt.	どこでもいっしょ
2位	115pt.	ヴァルキリープロファイル
3位	113pt.	ソウルキャリバー
4位	78pt.	ファイナルファンタジーVIII
5位	74pt.	グランツーリスモ2
6位	71pt.	Dance Dance Revolution
7位	61pt.	ポケットモンスター(金・銀)
8位	53pt.	ときめきメモリアル2
9位	53pt.	シーマン～禁断のペット～
10位	47pt.	バイオハザード3 LAST ESCAPE

幕張で行われたアーケードゲームの祭典、AOUショウでのアンケート結果は上記の通り。場所柄か『ソウルキャリバー』が大健闘の3位ランクイン！しかし1位に輝いたのは、多くの人から平均的にポイントを稼いだ『どこでもいっしょ』。また2位の『ヴァルキリープロファイル』は"これが1番"とプッシュする人が非常に多かった。一方でランクインこそ出来なかったものの『バーチャロン～オラトリオタングラム～』という声も多く、セガブース前の大画面に映し出された『オラタン』に見入っている人が目立ったのが印象的だった。

集計方法
「AOU」……………………ノミネート作品に1～6位の順位をつけてもらい、6～1pt.を逆算的に加算。
「読者アンケート」…………アンケート欄の回答1件につき1pt.で次点として挙げた作品には0.5pt.加算。
「渋谷厚底系コギャル」……一番好きなソフトとして挙げた作品に2pt.で次点として挙げた作品に1pt.加算。
「聖コスプレ学園」…………ノミネート作品に1～6位の順位をつけてもらい、6～1pt.を逆算的に加算。

聖コスプレ学園の女の子8人に聞いた 日本ゲーム大賞

1位	020pt.	みんなのゴルフ2
2位	018pt.	どこでもいっしょ
3位	015pt.	ポケットモンスター(金・銀)
4位	012pt.	グランツーリスモ2
5位	011pt.	ヴァルキリープロファイル
6位	006pt.	クロノクロス
7位	005pt.	ジルオール/ドラゴンクエスト・キャラクターズ~トルネコの大冒険2~
9位	004pt.	ワイルドアームズ2ndイグニッション
10位	003pt.	グローランサー

みんな大好き(?)聖コスプレ学園。ランキング1位は『みんなのゴルフ2』に決定。「対戦してくれる人がいたので」というコメントの通り、みんなで遊べるゲームはココでも人気なようだ。2位『どこでもいっしょ』4位『グランツーリスモ2』以外、全部RPGがランクイン。みんな、ゲームの事をよく知っています。ランク外の意見としては、『栄冠は君に4』『麻雀幼稚園たまご組』『たれぱんだのグンペイ』などなど、分析も難しいような個性的な作品が挙がっていた。関係ないが、お客さんと『ポケモン』の交換とかしてるのだろうか? うらやましい……。

渋谷厚底系コギャル38人に聞いた 日本ゲーム大賞

1位	018pt.	シーマン~禁断のペット~
2位	017pt.	どこでもいっしょ
2位	015pt.	Dance Dance Revolution
4位	010pt.	バイオハザード
5位	008pt.	ファイナルファンタジー
6位	007pt.	パラッパラッパー
7位	005pt.	ドラゴンクエスト/ぷよぷよ
9位	004pt.	桃太郎電鉄
11位	003pt.	アイスクライマー/星のカービィ/ときめきメモリアル/スーパーマリオ/ビートマニア

渋谷の厚底靴率5cm以上の女の子に行った調査では「あんましゲームはやんない」という人が多かったため、急遽日本ゲーム大賞から好きなゲームへと軌道修正。やばいですCESAの皆さん。コギャルはあんまりゲームをやってません! 結果は『シーマン』が1位の座に輝いた。ただ「やったことないけど、CMで見て、あの気持ちわるさがいー!」等の意見が大多数を占める微妙な結果になったのだが……。ちなみにランク外の意見として『いっき』「友達んちでやったから」や『MOTHER』「あ~れ楽しいの~」といった変わった意見も多かった。今回ばかりは『バイオ』『FF』の声を聞くと何故かホッとする調査だった。

ゲーム専門店バイヤー激白!(秋葉原メッセサンオー/金寿彦)

日本ゲーム大賞

う~ん『足らずに困った』タイトルは発売直前で兆しはあったんだけど…追加が間に合わない。直前でわかっても対応できない! それが今の流通の弱いところであり昔から変わっていない!! それとタイトルでは『クーデルカ』! 少な目に発注したにも係わらず、予想を遥かに上回る売れ行きの悪さ! 菊田さんさようなら~。

おいおい、まだあったぞ! クリアブルー、クリアレッド!! たったの5台の発注を何と3回分納!! ぜひ、担当者と流通政策を語り合いたいです。あ、気づいたら全部困った大賞になってしまった!

足らずに困った大賞

1位	シーマン~禁断のペット~
2位	パチンコ・アルゼ王国2
3位	ポケットモンスター金・銀
4位	筋肉番付GB
5位	どこでもいっしょ
6位	せがれいじり

売れ残って困った大賞

1位	シェンムー通常版
2位	電車でGO! 2
3位	クーデルカ
4位	ポケットモンスター青
5位	サウンドノベルエボリューション1 弟切草 蘇生編
6位	グンペイ(PS版)

任天堂分納ゲーム大賞

1位	ポケットモンスター金・銀
2位	ドンキーコング64
3位	マリオパーティ2
4位	ポケットピカチュウカラー 金・銀といっしょ!
5位	N64本体 クリアブルー・クリアレッド
6位	マリオゴルフ64

結論、ところ変われば大賞も変わる!

と、いうわけで色々やってみたゲーム批評版「日本ゲーム大賞」はどうだっただろうか。ホントは「丸の内OLに聞いた日本ゲーム大賞」とか「CESA非加盟メーカーに聞いた日本ゲーム大賞(=エロゲー大賞)」とか「公園で平日の午後2時に子供を遊ばせているヤンママに聞いた日本ゲーム大賞」とか、いろいろやりたかったのだけど、時間と人的労力から実現しなかったのが残念。次回は(あるのか?)さらにパワーアップしてお届けするので期待して欲しい。ただ一つ言えるのは、選出者の立場が変われば、結果もまた変わるということ。それだけにゲーム業界内外の有識者(のはず)によって選出される日本ゲーム大賞には、広くゲームの文化的意義について、より突っ込んだ議論を行い、売り上げランキングと2本立てで発表していただきたい。それにしても公式の日本ゲーム大賞の結果は、どうだったんだろうなぁ。

ゲームソフト批評

語るべき何か、評価すべき何か、そんな意義と価値を持つゲームを批評する。本誌の礎とも言うべきコーナーです。あなたは何を感じたでしょうか。

GAME SOFT REVIEW 1

ポポロクロイス物語II

カツラ珪　プレイ時間：28時間

物語に従属するゲームシステム
感動的な物語も調整不足が残念

古き良き名作路線を今に継承する、人気RPGシリーズの最新作。ポリゴンを封印し2D表現のみで挑んだ意欲作は「エモーション」を生み出したのか。

物語の推進力にグイグイ導かれて、一気に解き終えてしまった。随所で泣き、アニメ部分にも素直にのめりこんで、久々に爽快な気持ちでエンディングを迎えられたRPGであった。

なぜだろう？　シナリオの骨子は、数々のRPGで頻繁に見かけるものなのに、きちんと泣ける。主人公の少年ピエトロに、一国のゆくえを担う王子としての自覚がめばえ、メンタルな成長を遂げる。ヒロインである王子の幼なじみナルシアは、「森の魔女は人間とは一緒になれない」という掟から、ピエトロに自分の思いをなかなか告げられずに悩む。よくあるストーリーである。また、物語を通して語られる「仲間を思う気持ちを大切に」とか「すべてを手にしても奢ってはいけない」といった教訓も、ありがちといえばありがち。なのに、不思議とうっとうしくなく心に響く。

いったい、どこが違うのか？答えは、作り手に「本当に伝えたいものがあるかどうか」、なんじゃないかと感じた。

なんたって、セリフに力がある。一語一語練られた足跡があり、保護者受けをねらって道徳めいたセリフを挿入した、というのと違う。声優の演技もおざなりじゃなく、ため息の一つひとつまで、いちいち聞き入ってしまう出来ばえだ。

加えて、物語の進行とともに町や村が発展し、新しい建物ができたり、新たな交通手段が出現したりというシーン。これも、RPGによくある場面でありながら、「伝えたい」という意志がはっきりみえる描写で、一線を画している。たとえば、鉄道開通式。意味不明な挨拶を長々と続ける町の重鎮がいる。できたばかりの駅舎には、仰々しく鉄道の資料が展示されている。新しもの好きな乗客は、満足そうにホームに降り立ちながら、木の椅子に揺られて腰が疲れたなどともらす。こうしたきめ細かな演出が見事に活きて、「こんどはあの町まで一気に移動できる」

というゲーム上の利便性より先に、「ひとつの町に鉄道が通るって、こんなにたいそうなことだったんだ！」と、ゲーム外のリアルな日常が、ふっと頭に浮かぶ。

最近のRPGには愛がないな、と感じていたのは、まさにそこだ。ヴィジュアルを微細にリアルにすることにばかり主眼がおかれ、そのぶんストーリーや人々との会話がおざなりなものになれば、ゲームという箱庭の中のちゃちな話に終始してしまう。『ポポロⅡ』は、それを覆した。


まだPS1のポリゴンキャラには出せないドットの温かみ。

物語を追うなかで、プレイヤー一人ひとりがそれぞれの日常をふとよぎらせ、何かしら共感できるものを持てる。「伝えたいものがある」とは、そういうことなのだ。作り手側の独創的な世界観とか技術の押しつけに終わらず、ひとつの物語世界がプレイヤーの個性と呼応して千々に変化し広がっていく。そのことの大事さを、このRPGはあらためて思い起こさせてくれた。これが、真に「伝わる」ということなのではないか。

ただ、課題がないわけではない。

レベル上げは非常に容易で、宝箱の中身や敵が落とすアイテムも、コレクションしたくなるほど希少なものはない。敵とのエンカウント率は高いが、戦闘はオートバトルでサクサクいけるし、全滅しても所持金が半減するだけでゲームオーバーにはならないので、瀕死で手に汗握ってさまようスリルもない。要するに、「ゲーム性」がかなり低いのだ。

おそらくは、純粋にストーリーを追求させることを第一に優先したためだろう。アイテムやレベルのことを気にせず解ける作りだからこそ、長めのイベントが続いている間も、「そんなことより今のボス戦でステイタスがどうなったか見せろー！」などと余計なことに気を回すこともなく、集中して物語を追うことができる。

つまり、このゲーム性の低さが『ポポロⅡ』のRPGとしての評価を下げるかというと、そうではない。このゲームはこれでいいのだ。しかし、良いソフトだっただけに、もうちょっとなんとかならんのか、というところだけ指摘しておきたい。

戦闘シーンは、シミュレーションスタイルだった前作の名残りで、HEX（マス目）はないものの移動範囲や攻撃範囲がキャラや技ごとに決まっている。攻撃方法やキャラの向きを工夫して少しでも効率よく戦うといったパズル要素を盛りこみ、しかもHEX戦より手軽。これ自体は、なかなかよくできていた。でも、ゲームバランスが悪く、せっかくの独自の戦闘システムが活かされていない。特殊攻撃がみな強すぎて、攻撃手段を選んで工夫するまでもないからだ。

また、オート戦闘の方針もいろいろ選べるのに、戦いかたに大差がない。選んで差がないなら、選択肢をバッサリ減らしてくれたほうがいい。あと、大きなサイズの敵だと相手が画面外に出てしまい、どのくらいダメージを与えているのか見えず残念だった。これらは、ストーリー重視のためにゲーム的要素を軽くしたのとは無縁の手落ちだろう。改良を期待する。

ただし全体としては、今後ハードをPS2へと移しても、3D表現など技術的な変更に力を注いだりせず、潔く2Dに徹した表現でエモーショナルな作品に仕上がったこの稀少さを、ぜひとも継承していってほしいところだ。

PROFILE

カツラ珪（かつら・けい）

昨秋、長女を出産。次世代のことを考えるとゲームを見る目が厳しくなった気がする。ママゲーマーから制作者のかたがたへのお願い：「いつでもセーブできるゲームをもっと作って！」。

関連作品

ポポロクロイス物語（アニメチックロマンチックRPG）
メーカー：SCEI／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'96年7月12日

朝日小学生新聞に連載された同名のマンガが原作のRPG。メルヘン調のCGを基調としたほのぼのとした作風が特徴。好評につき外伝的作品『ポポローグ』も発売された。

ポポロクロイス物語Ⅱ（アニメチックロマンチックRPG）　メーカー：SCEI／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：2000年1月27日

ベイグラントストーリー

多根清史（BIG☆BURN）　プレイ時間：20時間

レビュアーにとっての「ご馳走」は、子供たちにとっても「ご馳走」なのか

壮絶なまでにこだわった作りの「松野節」は、プレイヤーに要求する努力も過酷だ。ゲーマーとしては嬉しい限りだが、一般の受けはどうなんだろうか。

ご馳走、という言葉はあいまいで、個人の味覚による。「わーい、ご馳走だ」とはしゃいで皿のフタを開けたら、熊の手や豚の丸焼きが出てきて子供が泣き出した……『ベイグラントストーリー』が各誌のレビューで高得点を叩き出しているのを見て、そんな食卓の光景が目に浮かんだ。贅を凝らしてはいる、しかし珍味といえるほどに凝りすぎな「嗜好品」が、果たして一般ユーザーの舌にも「ご馳走」なのだろうか、と。

凄まじい作り込み、それが本作のアルファでありオメガだ。中世欧州のゴシック風「剣と魔法」の世界は、最もよく題材とされるだけに、作り手のセンスがシビアに暴かれる、いわば〝ごはん〟である。ファイヤーボールとドラゴン出しとけ、でもそれなりのゲームは作れる。ただし、受け手側の扱いもそれなりだ。逆に、厳選された水、徹夜で粒をそろえた米、最高級の備長炭で炊きあげ、「これホンマに銀シャリの味ですかいな山岡はん！」とグルメを唸らせることもありえる。基本にはそういう、ごまかしの利かない怖さがある。

斜め上から見下ろすクォータービューの3D画面は、MSXの『ナイトロア』『Qバート』以来、使い古された手法だ。しかし、このハイレベルで表現した作品は、かつてなかったのではないか。PSの、今となっては少なく粗いポリゴンに絶妙なテクスチャを貼り、止まって良し、動いて良しの活人画たち。ムービーにも同じモデルを流用しながら、違和感はみじんもない。精緻さや物量ではなく、人間の目に自然と映る〝流れ〟を描くセンスが冴え渡る。印象派の油絵が、命を与えられたかのようだ。



デジタルコミックのようなポリゴンムービー。演出の出来はかなりのもの。

ドラマを構成するセリフも、一言一句が吟味されている。「生きながら腐れるとは我のことか……」「恋人を語るかのようだな」と、人生観をぎゅうぎゅうに搾りつめてこぼれた一滴で、各キャラクターの性格、過去への想像を刺激する。とある人物の「……なンだ」といった口癖も、「クライングフリーマン」ほかの小池一夫劇画をほうふつさせ、言外に込められた余韻が味わい深い。

シナリオは、「犯罪者シドニーVS.追跡者アシュレイ」とシンプルで太い幹を立て、支柱としてシドニー＝メレカンプ教団と聖印騎

士団＝法王庁の対立、教団に資金援助をしていたバルドルバ公爵を裏切ったシドニー、と錯綜する二つの思惑を配置し、ケレン味たっぷりだ。ＲＰＧでは当たり前、として流されてきた「主人公はなぜ超人的な力を発揮できるのか？」も、アシュレイの封印された過去、としてスマートに消化されている。そこはゲームだから、と冷や水をぶっかけるシーンも見かけず、「醒めにくい」スキの無さだ。

こうした〝大人〟然とした作風は、本作のプロデューサー、松野泰己氏の作品に共通している。『伝説のオウガバトル』の善と悪を鳥瞰した世界観は、比較的高い年齢層のファンを惹きつけ、「松野ブランド」を打ち立てた。が、ブランドは強味である反面、制約でもある。信じてくれた人たちの期待に応え続ければ、「一見さんお断り」の高い壁を築いてしまう。「これ、良いよ」と友達に魅力を伝えようとして、はたと言葉に詰まる。精神性の強いシナリオに共鳴したシンパたちが、外からの理解を超えた「彼岸」に行き着くのは、18禁の「癒しゲー」周辺でも、よく見られる現象である。

それでも会話や人間ドラマは高々デモに過ぎず、スキップするのも自由だ。しかし、ゲームシステムとは、否応なく付き合うことになる。本作は、この面においても〝大人〟的なスタンスを、いささかの妥協もなく追求している。

移動がリアルタイムのアクション、攻撃決定後は静的にターゲットを選ぶＳＬＧ方式を採用し、一見「良い所どり」だ。が、実際には敵の動きは素早く、判断に迷っていると袋叩きに遭う、アクションに傾いた仕様となっている。

アタック対象を捕捉した後は、身体の部位「リム」を叩いていく。頭は魔法の使用、利き腕は剣の攻撃などに対応しており、そのＨＰをゼロにすることで、戦略的に行動を封じられる。さらに、各モンスターは、武器の「貫通」「切断」といった特定の属性に弱く、そのためにファクトリーでカスタマイズして……とかくコマメで地味な作業が必要、に「見える」。

鍵カッコ付きなのは、それら全ての要素を帳消しにしかねないほど「アビリティ」が万能過ぎるからだ。タイミング良くボタンを押すと、各ボタンに割り当てられたアビリティ＝特殊効果が発動する仕組みで、攻撃をつなげていく「チェイン」と、防御に使う「ディフェンス」の二種類が用意されている。体力を回復、敵のＨＰの10％をダメージに上乗せ、もうなんでもありだ。極論すれば、相性の悪い武器であれ、反射神経が確かなら、ごり押しが通用してしまう。

それに対して、武器を改良する手間をかけても、増す威力は微々たる量で、余りにも報われない。指先が不器用なら工夫でカバー、の二択はなく、「鈍ければ死ぬ」アクション至上主義に収束している。バランス調整うんぬんより、ゲームってそういうもんだろ、と作り手の突き放した、〝大人〟的な冷たさを感じはしないか。

敷居を高くする一方で、導き入れる努力が全く見られないのは、冷たさを通り越して乱暴な印象さえ受ける。練習ステージなど用意して、どこから手を付けるべきかの「交通整理」が望まれる所を、メニューの説明を見て下さい、だけで片付けているのは頂けない。「松野ブランド」も、高山を登りつめる足を休めて、裾野のユーザーに少し歩み寄ってはどうか。



メニュー画面。プレイ時間の大部分をここで費やすことになるだろう。

PROFILE

多根清史（BIG☆BURN）

ライター。PS2発売後のゲーム株冷え込みで身動きが取れません。MSとセガの提携が流れたのは、ドリキャスの延命のためにはいい気もするのですが、株主としては割り切れない気持ちに。『超クソゲー2』もヨロシク。

関連作品

伝説のオウガバトル（SLG）

メーカー：クエスト／機種：スーパーファミコン／価格：￥9,800／発売日：'93年3月12日

敵味方が同時に行動するリアルタイムバトル、クォータービュー視点での戦闘、そして善悪という二元論を越えたカオスフレーム等、画期的なシステムでもって完成されたSLGの良作。

ベイグラントストーリー（AVG）　メーカー：スクウェア／機種：プレイステーション／価格：￥6,800／発売日：2000年2月10日

GAME SOFT REVIEW 3

ベイグラントストーリー

卯月鮎　プレイ時間：45時間

選ばれし信者どもにとっての約束の地、あるいは地獄の味噌蔵

『オウガ』シリーズや『FFT』の制作チームの新作『ベイグラントストーリー』。賛否両論渦巻く本作にあって、「オウガ信者」が放浪の果てに見たものは？

ディアスポラ、そして……それは約束の地の再現か？

ほんの少数の人間にとって、だったのかもしれないが、この世にもかつて楽園は確かに存在していた。彼らが作り出す箱庭には、すべてが詰まっていた。興奮と思索、映像と音楽、そして人生とシニカルな視点。そのふたつの仮想世界に、他愛ない日常に飽きていた一部の者は熱狂した。しかし、ある日を境に楽園の扉は閉じられた。事の是非なんかは別にどうでもいいことだけど、今日も約束の地の幻影を求めて行方も知らず彷徨う信者がいるのは確かである。

『ベイグラントストーリー』は見た目はRPG要素の強いアクションAVGである。無数の部屋に分かれたダンジョンの中、主人公を自分の手で動かし、武器を改造しながら探索していく本作は、モーションに合わせてボタンを押していく戦闘システム「チェーンアビリティ」の強烈な印象もあって、面倒くさいシステムのついた二流のアクションと誤解されがちだ。しかし、額面通りに受け取ってはいけない。本作はあくまでSLGの文法を使った、戦略を立てて状況を打開するゲームなのだから。力押しで遊ぶのはもったいない。

本作は、SLGを作り続けてきた制作者が、さらにその面白さを追求すべく、システムを一度分解し再構築した上で新たな要素として「アクション」を乗せた実験作である。ともすれば一回システムを設計したあとは「シナリオとマップ追加」に陥ってしまう傾向が強いこのジャンルにあって、新たな遊び方を提案したことは評価したい。アクションの印象がかなり強いため、制作者の推奨する楽しみ方の尻尾を捕まえるのはかなり難しいが、思考を巡らして状況を打開するSLGの進化形だと悟れば本作は相当深く享受できる。

本作の要は武器にある。切断系・打撃系・貫通系と3タイプ存在する武器は、普通のSLGにおける「ユニット」に相当する。モンスターは必ず何か弱点を持っている。予測ダメージを検討し、武器を装備し直したりもして、その局面でどれが一番有効かを見極める。さらにキャラクターの体は頭や腕など各部位に分解され、それぞれに攻撃できる。武器に秘石を装着し、属性値を変えることも必要だ。

武器もまた、ブレード（刃）とグリップ（柄）に分解される仕組みだ。ブレードには敵種族に対する特効など様々な数値が付与されており、モンスターとの戦闘で上下する。そこで、ボスに向けてザコ戦闘で数値を底上げし、工房にこもってブレード同士を合成するなどの作業が必要になる。これはたとえば『伝説のオウガバトル』

で、既成ユニットを全部解散させ、自分の手で組み上げなおす、ユニットの変換作業に共通する麻薬性を持っている。

　こうなってくると、ボス戦は力押しで勝っても美しくない。探索の際にボスに遭遇したら、データを取って一度リセットし、それ専用に武器を鍛えなおすなど、とにかく積極的に参加しようとする姿勢が大切だ。ストーリーはここでは語らない。話の先を見たいだけのプレイヤーなど、本作は端から望んでいない。自分から入り込んでこそ、のゲームなのだ。



攻撃部位（リム）選択画面。部位によっては致命傷を与えると「移動力50%低下」「沈黙」などの作用も。

マスターピースとプロダクツ

　しかし、そうして提供された楽しみが心底面白いかと言われると判断に迷う。アクション要素を加えたことで、ジャンルとしてのSLGは一歩前進はしたものの、もうひとつプレイに支障を感じる仕様が多いからだ。まず、アクションという要素はかなり個人差が出る。反射神経がありすぎるとかえって面白みに気づかない。といってあまりにゲーム馴れしていなくてもダメ。そこそこアクションもこなすが、本質的には思考型ゲームが好きで面倒くさいことも厭わない、というかなり限定された資質を持つ人間が要求される。ただ、得てしてそういう人間にとって、アクション要素は余計だったりするものだ。それに、SLG的に遊ぶ場合、武器の付け替えに関するインターフェイスが非常に面倒なのが致命的な欠点になっている。ショートカットキーをもっとエディットできるようにするか、せめて装備の階層から直帰できるようにして欲しかった。また、結局パズルが戦闘には何も絡んでおらず、厳密に設定された高さの概念が生きていないのは残念だ。SLGを分解した際に、要素のひとつとして導入されたのだろうが、もっと面白いことができそうなのに、無難に処理されている印象を受ける。

　何はともあれ本作は、信者のための作品だということを言っておきたい。法悦の境地へ至るまでには多大な時間とゲームにまっすぐ向き直る姿勢を要する。（多分信者の多くが持ち合わせないだろう）反射神経がなくとも振り落とされず、いつか面白くなるはずだと信じながらプレイする。そういう意味では、完璧な作品だと言い切るつもりは毛頭ないが、SLGの可能性を拡大した実験作として、約束の地へ再び至るステップとしては大いに評価できる。

　だからどちらかというと罪が深いのは、セールスの方法なのかもしれない。本作は決して6800円で一般人に売ったり、CMを大量に垂れ流したりすべきゲームではない。信者が密かに買って満足する、そんな作品だ。制作者はインタビューで本作を「小さな映画館でひっそりと上映されるインディーズ映画」と形容した。まさにその通りだろう。どんなメディアでも作家性を打ち出すとクセが強い作品ができるものだ。ゲームではメジャーとマイナーの混在が許されてきた。しかし、ゲームが産業になり、企業原理に縛られていくにつれ、マスの場では作家性を押しだした作り方は難しくなってくる。ただ、映画や音楽を見ればマイナーとメジャーの住み分けは可能なわけで、ゲームでもそろそろ、そういうスタンスの作品をプロデュースするレーベルとメディアが必要になったようだ。

PROFILE

卯月鮎（うづき・あゆ）

ライター。『伝説』『TO』『FFT』とエンディングの数だけゲームをやった、いわゆる信者（たぶん）。今回は「ミュージックモード」がなくて寂しい。仕事募集中。ご用命の向きはQYS02222@nifty.ne.jpまで。

関連作品

タクティクス オウガ（SLG）

メーカー：クエスト／機種：スーパーファミコン／価格：￥11,400／発売日：'95年10月6日

『伝説のオウガバトル』のカオスフレームでみせた善悪の多面性を推し進めた傑作SLG。マルチシナリオの出来映えと高さの概念を取り入れたSLGがひかる。

ベイグラントストーリー（AVG）　メーカー：スクウェア／機種：プレイステーション／価格：￥6,800／発売日：2000年2月10日

ROOMMANIA #203

多根清史(BIG☆BURN)　プレイ時間：25時間

一見「妙なゲーム」だが、しっかりしたストーリー主導のほろ苦さが胸に沁みる佳作

新しいコンセプトを手堅くゲームに仕上げたセガの律儀さは、多くのユーザーには理解してもらえない哀しさがある。

退屈一歩手前のスローさを楽しむ余裕

人生は、ささいな出来事の海の波間に、ゆらゆらと揺られる一艘の小船だ。ふと手に取った雑誌をきっかけに、将来の進路が決まったり、旅先の出会いで人生観が変わったり。運命の神様がいるとすれば、自分の中に宿っているのではないか。などと、日々の生活に疲れたときに思うよしなし事を、ゲーム化したような感触を『ROOMMANIA#203』からは受けたりする。

操作する（恐れ多い！）「神」と、主役のネジタイヘイが分離しているのが、本作の最大の特徴だ。プレイヤーは、ネジの生活にちょっとした介入ができるのみで、手を取り足を取っての命令は出来ない。部屋の中しか動けないし、注意を引きたいアイテムをクリックし続けて、「こっちを見て！」と振り向かせるのが精一杯である。ネジの不在を見計らって「がさ入れ」……こたつやカーテンを一回動かせるだけの〝イタズラ〟。万能にはほど遠い、泣けてくるほどのセコさ。

ゆえに覗きシュミだのと言われがちで、某ニュース番組で「ストーカーソフト」っぽい紹介をされていた（セガにしても、それを〝売り〟にしてたので仕方ないけど）が、違う。そういう楽しみ方もあるが、すぐに飽きる。独り暮しの男を見て何が嬉しいっちゅーの！とのエロゲー方面からの突っ込み（南さんの叫びだろうか）は当然で、確かにあまり嬉しくない。

お決まりの「攻略」、エンディングに至る筋道はしっかりとある。効率のいいコツだってある。ただ、それらを漠然とした雰囲気の中に隠すことから、このゲームは始まっている。よって各自で迷って下さい、ちゃんちゃんと終わるべきなのだが、批評なのでそうもいかない。すいません。

「神」には、決められた期間内に、ネジに「あること」をさせる「ナビ」＝課題が与えられている。めざましの確認から、トイレに行かせるまで色々あり、何をしたら良いのか最初はさっぱり見当も付かない。だらだら時間ばかり過ぎていき、取り留めのないソフトだなあ。との印象を受けて、だらだらが好きな人ならノープロブレムだが、目標が見えないと耐えられない性格には、この時点ですでに壁だ。

『シーマン』と比べると、〝いじりソフト〟としての自由度は相当に低い。ネジはマイペースなのか、テレビ、CDデッキ、パソコン、電話ほか数点以外には全く関心がなく、思わぬものをクリック↓意外な反応は期待できない。いわゆる〝操作感〟に乏しいのである。そらまあ本棚の上のタコツボ

※小津安次郎：黒澤明と共に日本映画界が世界に誇る巨匠。代表作に『東京物語』など。

がギンギンに気になる辛抱たまらん、なんてことは日常ありえないのだけれど、水槽の中の魚をガラス越しに突っつく感覚を求めたら、肩透かしを食らうだろう。

見かけによらず、実はゲームゲームしていたりする

実は、〝ルール〟はわりと単純だ。1～3個のターゲットに、決められた順番で視点を向けさせれば、ナビはクリア。ただし、クリックの数はハンパではなく、ネジの関心を変えるまでに最低100回はかかる。クリックし過ぎると「イライラ」とテロップが流れるので



音響方面へのこだわりはずば抜けている。セラニポージの軽やかな歌は必聴。

指が遠慮してしまうが、ネジのイライラ度はクリアと関係ない（多分）ので、連射さえしてれば新たな道が開ける。静かな生活をしたかったら放っておき、波乱に満ちた紆余曲折に飛びこむなら、ネジに嫌われてでも連射連射連射！いらちな向きは、ともかくこれで先を見て欲しい。

各ナビは言葉より、ネジの動きで表現される一種のゼスチャーゲームなのだが、音や差し込む日光も重要なヒントになっている。それと、介入できる時間とを突き合わせれば、自ずと答は見えて来る。さらに、ナビの確認画面を最後まで見れば、どれとどれをクリックすれば良いか、まで言ってくれる。ぱっと見は無愛想だけど、付き合うと案外ええ奴やったやん、って感じで、相当ヒマ人でなかったら親切設計が分かりにくい。悪かったなヒマで。

一度転がり始めると、物語の進行はスピーディだ。ネタバレになるとマズイので詳しくは触れられないが、人情話、トレンディ恋愛、「世にも奇妙な物語」ライクな不条理譚と、一通りのパターンは総なめにしている。しかもおちょくりに逃げず、シリアスで深い。失礼な話だが、ゲームのシナリオに付きまとう固さがないと思っていたら、エンディングに田口成光（「ウルトラマンタロウ」「Bugってハニー」）や柳川茂（「赤ずきんチャチャ！」「ドテラマン」）らのベテラン脚本家がクレジットされていて腑に落ちた。

だが、ストーリーの力強さと引き換えに、後半は一本道の強制進行になりがちで、「神」はぼーっと見ているだけの、ハミッ子の立場に追いやられる。部屋の中だけ、のシバリを守りながら、電話やパソコンといった「外とのつながり」をうまく使い、見応えのあるドラマを進める手際良さは惚れ惚れとする。けどやっぱり、手の届かぬところで幸せになったり落ち込んだりするネジを傍観してるだけなのは、寂しい、わびしい。

このゲームの評価は、小津安次郎（※）の映画のそれと似ていると思う。自由が利かないだの、分かりにくいだの、そういったマイナスをも含めて完成品なので、0か1かのデジタルな認め方しかできない。小津の『秋刀魚の味』を観て、ハリウッド映画ファンが大アクビをしても、「そういうもんだよ」としか言えないのと同じで。

見かけは「変」そのものの本作に、セガはDC市場をけん引した『シーマン』と同じ売れ方を期待したのだろう。が、人面魚の「変」は分かりやすいのに、男の一人暮しをのぞく「変」は分かりにくい。ゲームマニアを外した一般人向けのつもりが、また別種のマニアを獲得してしまったというか、本鯛狙いでシーラカンスが釣れてしまった哀しさがある。

PROFILE
多根清史（BIG☆BURN）
1967年生まれ。現在「超クソゲー2」の追い込み中です。この後、オールドゲーマーたちが心待ちにしていた「あのマンガ」の復刊に関わる予定。紹介したいゲームを奪い合ってます。

関連作品
シーマン～禁断のペット～（育成SLG）
メーカー：ビバリウム／機種：ドリームキャスト／価格：¥6,800／発売日：'99年7月29日
ついに40万本を越えDCソフトで一番の販売枚数を誇る本作。ネットワークだけでなくゲームらしくないゲームがDCを支える要因の一つであることは間違いない。

ROOMMANIA#203
(SLG)
メーカー：セガ／機種：ドリームキャスト／価格：¥5,800／発売日：2000年1月27日

バイオハザード ガンサバイバー

水野隆志　プレイ時間：22時間

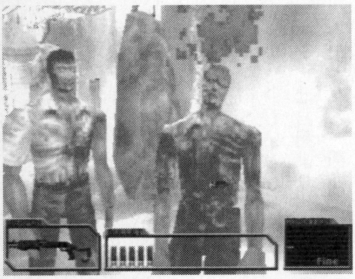
ファンならば楽しめるが、地味すぎて小品という感が拭えないのが残念

ガンシューというよりも、内実は、主観視点になった『バイオ』。随所に粗さが目立つが、新機軸の面白さもあっただけに惜しい。

人気シリーズの看板を背負ってみたものの……。

いまや世界ブランドとなった感のある『バイオハザード』シリーズのPSにおける最新作。物語的には『2』の外伝で、シリーズを通しての敵役アンブレラ社が、どこでどうやって究極の生物兵器「タイラント」を製造していたかが語られていく。ファンならば、興味をそそられるテーマであり、実際、そのあまりに非人道的方法は、アンブレラのダーク性を強調して余りある。全体的な雰囲気は、いかにも『バイオ』らしく、シリーズの方向性に合致している。

この作品は、全操作がガンコンに対応しているが、だからといって、決してガンシューティングではない。あくまでもシステムは従来の『バイオ』であり、実際、コントローラでプレイしたほうがやりやすい感じさえするくらいだ。



主観視点になった分、「迫ってくる恐怖」がよりストレートに表現されている。

視点が変更された『バイオ』として見れば、このソフトはそれなりに面白い。主観視点のため真横や後方の状況が視覚だけでは把握できず、警戒を怠ると、すぐ不要なダメージを受けてしまう。また、リロード中は攻撃できないため、移動と攻撃を使い分ける必要がより明確になっている。これらの新要素が、従来なかった魅力を生み出してくれているのは間違いないだろう。また、途中のルート分岐が多く、それによって出現する敵や入手できるアイテムが変化していく構成も悪くなかった。

だが、高い完成度を持つシリーズの一作としては、あまりに粗さが目立ち、全般的に低調な仕上がりになってしまっている。シリーズ中の汚点とまではいかなくても、あまり誉められた出来映えとはいえないだろう。

とくにグラフィックは問題だ。主人公をはじめキャラクターたちが、まるでPS初期のソフトかと見まごうばかりで、興を削ぐこと甚だしい。また、脚本も小粒すぎて魅力に乏しかった。各登場人物の人間関係や行動動機にも不明な部分が多く、全体的な盛り上がりを欠く一因となっている。

野心的な試みもあっただけに、いま少し作り込んでいれば、従来作に劣らぬ完成度に至っていたかもしれない。残念だ。

PROFILE

水野隆志（みずの・たかし）

1968年生まれ。今回ちょっと残念だったのは、コンバットナイフが武器から消えてしまったこと。主旨からいって当然だろうが、もしも続編が出るなら、是非「ガンコンで操作するコンバットナイフ」を実現して欲しい。

関連作品

バイオハザード2（サバイバルホラー）

メーカー：カプコン／機種：プレイステーション／価格：¥6,800／発売日：'98年1月29日

ダブルミリオンを突破し、'98年度のトップセールスを記録したシリーズ最大のヒット作。同じモンスターが、視点の違いによって、どう見え方が異なるかチェックするのも一興。

バイオハザード ガンサバイバー（GSTG）　メーカー：カプコン／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：2000年1月27日

GAMESOFT REVIEW 6

東京バス案内

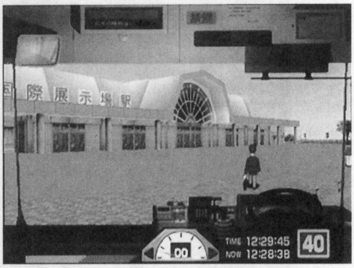
高橋ピョン太　プレイ時間：25時間

東京をバスでガイドする、東京都協力の異色ゲーム

「電車の次はバスですか?」と軽く見られがちな本作。だがその実力はバス視点で東京をガイドする志の高いゲームだった。

『東京バス案内』、案内と書いてガイドと読む。つまり、このゲームの正式名称は、とうきょうばすがいど、なのである。「ドリームキャストの『東京バス案内』って、いいらしいね」と言われることが多いんだけど、内心、「違う、違うガイドだ、ガ・イ・ド」と思いつつ、「うん、面白いよ」と答えている。実際に、ゲームは非常に面白いし、タイトルの認知度とは裏腹に、かなりよくできている。

『東京バス案内』は、東京都交通局の協力を得て作られているゲームで、つまり、まんま都営バスなのだ。しかし、バスの運転のシミュレーションなんてねー、ヘタをしたら現実の世界でも、本当にできるかもしれない、というレベルだし。乗っていたバスの運転手さんが、突然の心臓発作かなんかで倒れて、でもって、ここはオレがみんなのために運転するしかない、なんて事故に巻き込まれることだってあるかもしれないし。そんときは、運転するぞ……。



見慣れた風景もバスの中からだと新鮮。

冗談はさておき、都営バスの協力だけあって、バス自身も実際に都で使われているものだし、ゲーム中に走るコースも、浜松町駅前から、レインボーブリッジ、フジテレビ前、東京ビッグサイト経由の湾岸コース、新宿駅西口から中ノ橋までの新宿コース、青梅駅周辺山あいの青梅コースと、見覚えのあるコースばかりだ。東京に住んでいない人でも、新宿やレインボーブリッジなら知っているだろう。このへんのリアルさが、演出としてバッチリなのである。

で、ここからが大変。実際にゲームをやってみると、急発進、急停車をしては怒られ、バス停に人がいるけど車線変更できなーいとか、あ、アナウンスし忘れたとか、速度違反などなど、お客様をお相手するバスの運転って、非常に神経を使うってことに気がつく。バスの運転手さんごめんなさい。運転が簡単にできるだなんて言ったりして……。本当に大変だ。大変だけど、たしかにここにはゲーム性の高い何かがあるってことも、プレイしていてわかった。つまり、やってみるとわかる路線バスの運行の難しさ。でも、うまく運行できたときの満足感は最高。練習すればするほどうまくなっていくからまた楽しい。リアルなだけに、うまく都内を走れると、楽しさも倍増。いい感じのゲームである。

PROFILE

高橋ピョン太（たかはし・ぴょんた）

東京下町の大工のせがれとして生まれる。親が期待する大工の跡取りの道を早々に裏切り、'80年からゲームデザイナーとして活動。のちに『ログイン』の編集者となり、編集長を務めた。現在、ネットワーク事業に従事する。

関連作品

電車でGO!（SLG）

メーカー：タイトー／機種：アーケード／発売年度：'97年

『ミッドナイトランディング』から続くタイトー停まりゲーの神髄。ポリゴンで再構築した現実社会の中で遊ぶという3DCGの新しい用途の提示で大ヒットした。

東京バス案内（SLG）　メーカー：45XLV／機種：ドリームキャスト／価格：¥5,800／発売日：'99年12月23日

加奈～いもうと～

橋本和明　プレイ時間：10時間

ソフ倫規定に挑んだ兄妹愛のシナリオ　そのテキストはユーザーに涙を与えたのか

ゲーム性が希薄になりかねないテキスト中心のADVで、ユーザーを満足させるにはストーリーテイリングの巧さが必須。

PCアダルトゲーム業界には、1年以上のロングランを収め、いまだ名作と名高く売上を伸ばしつづけているタイトルがいくつか存在する。「加奈～いもうと～」もその1つだ。何故PCゲームでは、こうした現象が生まれるのか。

ゲームは歴史の浅いジャンルである以上、他メディアよりも劣る部分が多いのは仕方のないことだ。そんな中1つでも秀でた完成度をもった商品があれば、後発の作品群がその商品を追いぬかない限り、売れつづける事態が生じる。

本作はそんな中、生と死をテーマとした兄弟愛のシナリオが評価された。近親相姦が表現出来ないというソフ倫の規定があったからこそ生まれた本作だが、本当に名作と呼ばれるものなのだろうか？シナリオ上でリミット付きの恋愛を発生させ、ひたすら普段は笑顔を描けば、感動できる話なんて簡単に出来る。感情表現である以上、技術的には笑わせることも泣かせることも同じなのだ。



工業製品の作り込みでよい意味での同人ソフトを作った点が良。

ユーザーから絶対的に評価の高い本作のシナリオだが、実際に読んだところ、手紙や噂などを多用するところに素人臭さがにじみ出ていて、説明過多の印象も強く、多少ダルく感じる。クリックで読む速度が調節できるのでどうにか読み続けられるが、小説としては及第点すら与えられないだろう。

文章の読む速度が調節可能、選択肢が20箇所程度ある、という希薄なゲーム性は、いいとは言えないが、そのお陰でシナリオを読むことが出来たことを考えれば、他社の近似製品よりはるかに洗練されているのだろう。つまり、この業界全体のレベルが、シナリオ、そしてゲーム性で低すぎるのだ。

感動できるのは涙を誘う泣きゲーだからであって、作品のクオリティが高いからではない。当然この作品を上回る製品はいくらでもある。それでもこの作品が高い評価を受けているのは、発売後も地道に広告掲載を続ける営業体力や、雑誌特集などに掲載するための活動を続けたためだと考える。ソフトの知名度が他社の製品より圧倒的に高かったからだ。

作品の出来が悪いとは思わないが、他のメーカーもせめてこの程度は、製品としての、また宣伝のクオリティは維持して欲しい。と強く考えさせられた作品だった。

PROFILE
橋本和明（はしもと・かずあき）
ギャルゲーに限りなく愛情を注ぎ、キャラではなくギャルゲーを愛する自称「むらギャルゲー」。ゲーム制作の下請け会社を経営しつつフリーライターとして暗躍しながら、いつしがせかいギャルゲーになることを夢見ている。

関連作品
虜（SLG）
メーカー：D.O.／機種：Win95
価格／￥9,800
心理描写とパラメータ上げの楽しさは今でも群を抜く。最近DVD版が再版された息の長いタイトル。多少主人公の言い訳がましいモノローグが鼻につくのはご愛嬌

加奈～いもうと～（ADV）　メーカー：D.O.／機種：Win95,98／価格：￥8,800／発売日：'99年6月25日

GAME SOFT REVIEW 8

カードヒーロー

米光一成　プレイ時間：50時間

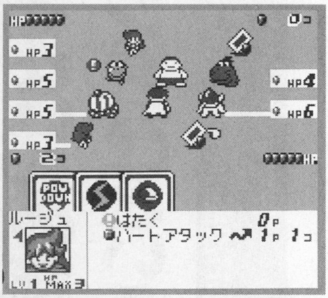
ゲーム性が高い、面白い、やめられないカードヒーロー!!

シンプルな要素が多層的に絡み合って高い戦術性を持った、大人でも楽しめるトレーディングカード系ゲーム。

戦闘の戦術性が高くて、頭を使う心地よさ満載。通勤電車でもずっとプレイしていて、乗り過ごし2回、駅についてもやめられなくて寒さに震えながら駅前プレイ9回以上、乗り換え時に電車来たのに気づかずに見逃すこと2回と被害続出。やめられない。

　勿論『カードヒーロー』の話だ。『Magic: The Gathering』に代表されるトレーディングカード系のゲームである。

　主人公が「カードヒーロー」というテレビ番組を見終わるところからゲームは始まる。カードゲームをプレイするという少年を、プレイヤーが操作するというメタな世界。主人公と共にプレイヤーもルールを学んでいくことができる。というか、ルールを学ぶことが楽しい。エンディング後もルールが進化していくのには驚いた。ショップにカードを買いに行って、品切れのときに店主が「すぐににゅうかするさ！　ＮＡＮＴＥＮＤＯはだしおしみをするようなかいしゃじゃないからね！」と言ったりする楽しいセリフなども心地よい。



磨いて磨いて磨きぬかれたゲームシステムの美しさ。

　肝心要のバトルも、面白い。『Magic: The Gathering』よりもルールはシンプルでわかりやすい。しかも、奥の深さも兼ね備えている。カードの強さだけでなく戦術的な部分で勝敗が決まるときが多く、自分の作戦が巧妙に決まったときの感動を多々味わえる。カードの強さというものが、一元的な単純さにないのが良いのだろう。

　カードの強さを多層的な状態にしたいとき、一番イージーな方法が、属性を持たせるというやり方（いわゆる水属性のヤツは、炎属性に強いが、土属性には弱いというやり方）なのだが、『カードヒーロー』は、その方法を採用しない。カードの位置、攻撃可能な位置、HP、特技、レベルアップでの変化、そういった要素が、すべてカードの強さを引き出せるかどうかに関連していて、それをプレイヤーが制約のなかでうまく扱えるルールになってる。

　つまり、1つ1つの要素そのものはシンプルなのだが、それぞれが巧みに関連して奥の深い世界を作り上げている、のだ。単純に言おう、ゲーム性が高い！

　ひさしぶりにやっぱりゲームはおもしろいよなぁと再認識させられた作品である。

PROFILE

米光一成（よねみつ・かずなり）

第1回目は大好評でありました「ファミコン1000本ノック2」なるイベントを新宿ロフトプラスワンで、5月中旬ごろにやる予定。詳しくはhttp://www.asahi-net.or.jp/~IH9K-YNMT/を見てね。

関連作品

遊戯王デュエルモンスターズ（TCG）

メーカー：コナミ／機種：ゲームボーイ／価格／¥4,300／発売日'98年12月17日

原作付きのGBカードゲームのはしりであるが、システム的には今一歩練り込まれていなかった感がある。カードゲームはシステムが命であるとココで痛感。続編も発売中。

カードヒーロー（TCG）　メーカー：任天堂／機種：ゲームボーイ／価格：¥3,800／発売日：2000年2月21日

機動戦士ガンダム ギレンの野望 〜ジオンの系譜〜

山下清隆　プレイ時間：20時間（継続中）

認めたくないものだな。「キャスバル専用ガンダム」というものを…

増殖し過ぎた作品の設定を、歴史に沿って自ずと学習出来得る作品。オールド・ガンダムファンよ！　今こそ立ち上がる時なのだ！

TV『機動戦士ガンダム』の本放送をリアルタイムで体験した「オールド・ガンダム世代」の人間である僕にとって、今現在も進行し続けている「ガンダム・ワールド」は、僕の知らないところで様々なデコレーションが追加され、もはや僕の知っている『機動戦士ガンダム』とは随分かけ離れたものになってしまっている。

「ザクを〝F〟だ〝J〟だって、当たり前のように呼んでいるのもうざったいのに〝キャスバル専用ガンダム〟？　もうついていけん…」。

そんな僕みたいな「オールド・ガンダム世代」の人間は少なからず存在すると思う。

『〜ジオンの系譜』は、好評を持って迎えられた前作に、更なる追加要素を盛り込んだ、まさに集大成ともいうべき作品だ。

「一年戦争」という作品機軸の重要な舞台である架空の戦争を、戦略SLGとして、客観視した立場で楽しむ本シリーズ。単なるキャラゲーの枠を超え、もはや「エンターテイメント作品」としての風格さえ感じさせる。と言うのも、本作の懐の深さが、前述の「オールド・ガンダム世代」の人間に対しても十分対応し得るものとなっているためだ。



自分の思いのたけをモビルスーツ開発にぶつけろ！

本作の最大のキモは、自軍の勝利の為、様々なタイプの軍用兵器を開発し運営することである。勿論、いきなり高性能なモビルスーツ等は開発出来ず、その時々の戦局に合わせた改良を施し、その蓄積が新兵器の開発を可能にする。この手順を「一年戦争」という時間軸の流れの中で踏んでいくうちに、TV作品中で語られなかった他の戦地での史実や、モビルスーツの進化の過程などが、自然とそして納得のいく形で把握することが出来る。言い換えるならば、自分がフォローできなかったガンダムの作品世界を「ゲーム」というメディアで知ることが出来るのだ。加えて「もしも〝ガルマ・ザビ〟が戦死しなかったら…」といったゲームならではの「if」の要素も前作より大幅に強化され、本作に厚みを与えている。

エンディングを迎える頃には〝キャスバル専用ガンダム〟も十分納得のいく自分になっているのである。

PROFILE
山下清隆（やました・きよたか）
本誌キャラゲー担当。秋葉原メッセサンオーに謎のアジアン・TOYコーナーをオープン！（原稿書くたびに仕事が変わるな一俺って…）。趣味の特撮造型のHPも開設中！ http://www7.freeweb.ne.jp/cinema/pata_

関連作品　機動戦士ガンダム ギレンの野望（戦略SLG）
メーカー：バンダイ／機種：セガサターン／価格：¥6,800／発売日：'98年4月9日
セガサターンで発売されファンを中心に好評を得た前作。本作はサターン版に「Zガンダム」までをフォローしたボリュームアップ版だ。

機動戦士ガンダム　ギレンの野望 〜ジオンの系譜〜（SLG）　メーカー：バンダイ／機種：プレイステーション／価格：¥6,800／発売日：2000年2月10日

GAMESOFT REVIEW 10

機動戦士ガンダム ギレンの野望 ～ジオンの系譜～

広田恵介　プレイ時間：58時間

絶妙な配剤の戦略と類型的キャラクター…『機動戦士ガンダム』尖鋭化の功罪

我々はキャラクターゲームに何を期待するのか。同人誌化をまぬがれた理想的キャラゲーとは？ ゲームを通して「状況」を問う！

余りに特異なマーチャンダイジングの一本道を20年にわたって歩き続ける孤高のアニメ作品、その最新ゲーム化商品である。

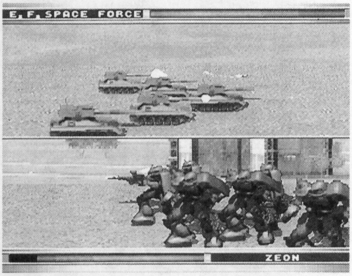
本ソフトは「歴史のｉｆ」を標榜し、「史実」を縦横によじれさせる可能性をキモにしており、マニアに支持されている架空の〝宇宙世紀年表〟に準拠しつつも、プレイヤーの采配ひとつで思いもつかぬ突飛な展開を見せてくれる。また、「ガンダム」作品の知識深度に応じて、奇想としか思えない選択を迫られるという倒立した楽しみを味わえる程、コクが深い。

だが、舌触りは甚だ良くない。各作品から切り離された人物は、ゲームの進捗具合に応じたメカにとにかく乗らねばならない。原作中の「名台詞」を状況と無関係に繰り返し叫ばされる有様は、グロテスクとさえ形容できる。

確かに、未来戦争を自然主義的な説得力を持って描き得た「ガンダム」の物語背景を戦記と捉え、各都市との交易まで視野に入れた本格的ＳＬＧとして組み上げる着想は見当違いではない。だが、その程度の「お遊び」なら数多の同人誌がとうにやり尽くした筈ではないだろうか。それが商品として成立した過程に作り手のファン心理が介在している事は間違いないだろう。ファン心理と言えば聞こえは良いが、アマチュアの一枚上を考えるのがプロ意識であろう。

固有名詞を省くなどの配慮が計られた「名台詞」の再現に作り手は満足したかも知れず、膨大な作品群からよくぞ選りすぐったと感心するファンも多いだろう。だが、物語を棄却した反面、台詞だけは形骸化させてでも残さんとする姿勢こそが、ディテールにばかり拘泥する愚かでみみっちい当世風「ファン」気質そのものなのだ。

アニメであれ漫画であれ、その世界へ積極的に関与したいという欲求をゲームは適度に満たしてくれる。だが「ファン」の放逸な嗜好は、肝心の物語を解体する。そのピースは顕微鏡的に細分化する一方だ。本ソフトの、目が眩みそうなメカニックの派生種を見よ。それらを拾い集めるのに夢中で、作劇から分断された台詞を聞き流せる無神経な「ファン」たちへ。ガンダムという箱庭から踏み出る契機に、このソフトを推薦しよう。入り口があれば出口も必ずある。



歴史を自分の手で作り変えることは「ifモノ」最大の楽しみだが…。

PROFILE

広田恵介（ひろた・けいすけ）

フリーライター。「週刊SPA！」のガンダム記事でデビュー以来、仕事の半分はガンダム関連。だからこその苦渋の辛口批評です。世界設定とメカとキャラさえあればいいのか？ 「作品」とは何なのか、もう一度考え直してみよう！

関連作品

同級生（AVG）

メーカー：エルフ／機種：PC-9801他／価格：¥8,800／発売年度：'93年

時系列に沿って同時多発的に起きるイベントを線で結んでいく。主人公の主観視点で見るか、神の視点の客観視点で見るか、本作品とコインの裏表か。

機動戦士ガンダム ギレンの野望 ～ジオンの系譜～（SLG）　メーカー：バンダイ／機種：プレイステーション／価格：¥6,800／発売日：2000年2月10日

サンバDEアミーゴ

児山計 プレイ時間：200クレジット

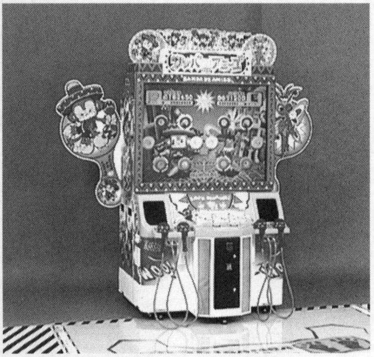
音ゲーの難度上昇をリセットした爽快感あふれるバカ音ゲー

マラカス2本というシンプルな操作系。ソニックチーム初の業務用ゲームは音ゲーの難度を下げた良質の「バカ音ゲー」だった。

『ビートマニア』のヒット以来多くの音ゲーが登場したが、プレイヤーのレベルアップに呼応して新作ごとに操作系が複雑化し難度も上がっていった。そこにソニックチームがマラカス2本という単純な操作系を引っさげてゲームセンターに殴り込んだ。そう、セガの『サンバDEアミーゴ』だ。

このゲームはシンプルなゲームながら誰もが楽しめる音ゲーを実現している。たとえば収録曲。このゲームではTVで耳にするメジャーな曲ばかりを採用している。みんなが知っている曲ならリズムが掴みやすく、初プレイでもそれほど苦もなく遊べるものだ。

さらに操作系が単純なので、『ビートマニア』のように頭で分かっていても腕（体）が追いつかないということも少ない（スーパーハードレベルは別）。このような配慮により、テクニックを追求してきた音ゲーが忘れてしまったもの……「爽快感」を誰もが十二分に楽しめる。



オレンジを基調とした筐体も派手で目を引く。

そして忘れてはいけないのがゲーム中たびたび発生する「ポーズを取れ！」。これがマラカスを振るという単純な作業にアクセントを加える。要求されるポーズはかなり恥ずかしいものだが、みんなでわいわい遊ぶときには最高に盛り上がるフィーチャーであり、昨今のゲームセンター事情に適ったフィーチャーだ。こういった誰にでも理解できる爽快感と楽しさの追求はさすがソニックチーム。職人技である。

一方で上級者向けにはマラカスを重ねて振ることで得点が倍になるフィーチャーや、コンボに正比例して倍率が上がる得点計算など、歯ごたえのあるシステムが組まれており、極めようと思えばかなりやり込みがいのある得点システムだ。ランクとアミーゴボーナスの相関関係に納得いかない点もあるが、それを差し引いても十分熱い。

『サンバDEアミーゴ』は単純ながら練り込まれたシステムにより万人に受ける爽快感と楽しさを獲得した完成度の高いゲームで……いや、理屈よりもおバカにマラカスを振りまくるべきだ。うん。

さあ、ポーズを取れ！

PROFILE

児山計（こやま・けい）

『タッチデウノー』『スペースチャンネル5』『サンバ』『タイピングオブザデッド』など、最近セガにしびれっぱなし。ここ数ヶ月でセガ社員一人分の給料くらいはセガに突っ込んでいるかも。俺にもセガ信者の血が!?

関連作品

ビートマニア（音楽ゲーム）
メーカー：コナミ／機種：アーケード／発売年度：'97年

業務用に音ゲーブームをもたらした第一作。符号に合わせて鍵盤キーを押すという、当時としても新しい操作系で間口を広げたゲームだった。

サンバDEアミーゴ（音楽ゲーム） メーカー：セガ／機種：アーケード／発売年度：'99年

GAMESOFT REVIEW 12

パワースマッシュ

横谷明　プレイ時間：50クレジット

シンプル イズ ベスト！ これこそ対戦ゲームの基本

1クレジット目から「対戦」できるテニスゲーム『パワースマッシュ』。低調なアーケードゲームに望まれるのは本作のような原点回帰だ。

手軽にテニスプレイヤーと同じ思考、読み合いができて「対戦」が楽しめる。それが『パワースマッシュ』の魅力だ。

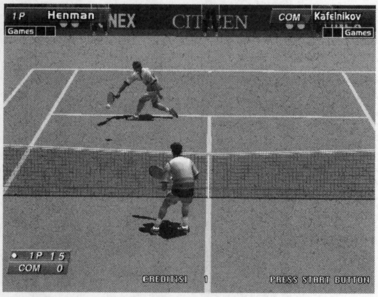
1レバー2ボタン。ゲームを楽しむのに必要な入力デバイスはこれだけ。レバーは選手の移動とボールを打つ方向の決定、2つのボタンはショット（低い軌道）、ロブ（高い軌道）の違い。複雑なコマンドなども一切無く誰でも気軽に触れられる操作システムとなっている。ゲーム内容も分かりやすく、選手を操作してボールを相手コートに打ち返すのが基本。ボールの打ち返しタイミングや打ち返す方向については少し慣れがいるが、数回もプレイすればコツはつかめる。テニスのルールについても大半の人はその概要を知っているので、ことさら大きく訴えることもないだろう。

操作やゲームシステムがここまでシンプルなのに対し、プレイ内容そのものはとても奥が深い。これは同作が対戦をメインに遊ばれるためだ。相手の球すじを読み、次にどこへ打ち返すかを考える。慣れてくれば二手三手先を読むような駆け引きも可能になってくる。この思考や読み合いが同作の醍醐味であり、見事決まった時の快感は素晴らしく、逆を読まれた時の悔しさはひとしおである。実際のテニスプレイヤーのようにテニスを楽しめるのだ。

こういった、実際のスポーツや格闘技の読み合い、人と対峙した時の緊張感こそが、対戦スポーツゲーム、対戦格闘ゲームで疑似体験できる面白さである。

だが、対戦ゲームがリアリティや多様性を目指した結果、操作システムやルールは複雑になりすぎてしまい、誰にでも楽しめるものではなくなってしまった。特定のゲームジャンルに対する慣れ、時間とお金をかけて積み重ねた知識や修練がなければ「対戦」を楽しめなくなっている。それは、惨憺たる有様となった、今のアーケードゲームの状況を見てみれば一目瞭然だろう。

そんな中、原点に帰るかのようなシンプルなシステムで人との読み合い、「対戦」を楽しませてくれる『パワースマッシュ』。プレイヤーが対戦ゲームに何を求めているのかを、今一度知らしめてくれた作品である。



往年の『ファミリーテニス』を思わせるゲーム性。

PROFILE

横谷明（よこや・あきら）

1970年生まれ。スポーツゲームではディスクシステムの『マリオゴルフ』や『バレーボール』がお気に入り……だったはずなんだが、なぜかバレーのゲーム内容が記憶から欠落している。まだボケる年ではないはずなのだが……。

関連作品

バーチャストライカーシリーズ（SPG）
メーカー：セガ／機種：アーケード

昨今ゲーセンで最も人気のあるサッカーゲーム。対戦が楽しめる作りでマニアから一般客まで幅広く支持されている。『パワースマッシュ』はこの流れを汲み、昇華している。

パワースマッシュ（SPG）　メーカー：セガ／機種：アーケード／発売年度：2000年

バイオハザード コード：ベロニカ

水野隆志　プレイ時間：68時間（継続中）

DCに登場したシリーズ中最高難度を誇る傑作。抜群のやりごたえには、ただただ感嘆！

制作発表以来、長い空白の時を経て完成した『バイオハザード』シリーズ最新作。PS以外で初のオリジナルとなったが、現れたのは従来の魅力をさらに高め、新たな境地を切り開く意欲作だった。

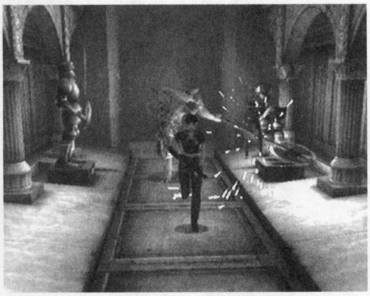
シリーズの流れを汲む正統にして上質な作品

傑作である。

ここに描かれているのは、まごうことなき『バイオハザード』の世界だ。隔離領域からの脱出という基本骨子はシリーズの伝統であり、それを遺伝子工学とウィルス感染が生んだ異形のモンスターとの戦いと、鍵などのアイテムの収集という二本柱で進めていくつくりもすでにお馴染み。純粋にシステム面から見れば、『コード：ベロニカ（以下『ベロニカ』）』には格別の新機軸のアイディアはなく、PSでヒットを続けてきたシリーズをそのままストレートに、頑ななまでに忠実に移植した作品なのだ（ただ、ビジュアルメモリーのことをメモリーカードと呼んだり、セーブ箇所が十五箇所に限定されている点などは、さすがにぎょっとさせられたが）。

『バイオ』のシステムは、最近濫発され過ぎたせいか、やや食傷気味の感があるが、『ベロニカ』は決して二番煎じの凡作には終わらず、傑作と呼ぶに相応しい出来映えになっている。これはシステム面をやたらといじくることを止め、かわりにゲーム全体の難易度を高めに設定したことから生まれているといえよう。

実際『ベロニカ』は難しい。PSでこのシリーズに親しんできた人でも、かなりの苦戦を強いられることは間違いないだろう。デストラップも何箇所かあり、ボス敵の強さも桁外れなので、操作には相当の神経を使わされる。ゾンビやゾンビ犬など、定番の敵も動き


シビアなアクションが必要。ボス戦は真剣勝負。

が変わっているため、なめていると痛い目をみるし、コウモリやガなど、銃弾さえ撃ち込めば簡単に倒せる敵でも、攻撃に関してだけは、毒などかなり嫌らしい攻撃を持っている。そして、これまでも多くのプレイヤーの命を奪ってきたであろうハンターやタイラントなどの生物兵器の面々となると、もう手に負えない。とくに中盤のヤマ、輸送機上での対タイラント戦は、正面決戦など挑もうものなら、悪夢以外の何者でもない。

謎解き面も、従来より複雑になっており、ひとつの仕掛けを解くために複数のアイテムが必要になっている。クリアアイテムを入手すると倒した敵が復活する趣向も

取り入れられているため、逃げる敵と戦う敵を見極めないと、銃弾や回復薬の消耗が激しくなり、後半に行くに従って展開がますます辛くなってしまうこともある。

『ベロニカ』の場合、優れているのが、この難易度上昇のバランスである。全体的に難度が上昇しているため、トータルで見るとかなりのレベルアップになっているが、個々の箇所で見ると、上昇幅は小さく、まったく対応できないほどには難しくなっていない。ボス戦は厳しいが、相手に合わせて適切な武器を選び、希少価値のある強力な弾薬を効果的に使っていけば、ちゃんと道が開けるようになっている。腕に覚えのあるプレイヤーなら敵の動きを見てキャラクターを的確に操作すれば、必ずしも武器に頼る必要はない。伝統ともいうべきナイフクリアも可能になっている。


クリスのバカ格好良さは感涙モノ。

攻略の手がかりがあるため、初プレイでは叫びたくなるような難所が次第に克服可能になっていく。つまり、『ベロニカ』は、プレイヤーの慣れと試行錯誤によって攻略が楽になっていくという、ゲームの正統的な面白さを持っているのだ。正統ゆえに、幾度となくゲームオーバーを重ねようと、その魅力はまったく損なわれない。敷居は決して低いとはいえないが、後半の手強いボス戦では、戦闘開始直前からリトライできる機能も備えられ、それなりに親切な設定になっているのも好感が持てる。

登場人物を丁寧に描き、従来にない物語性を実現

『ベロニカ』のもうひとつの特徴は、キャラクターが丁寧に描かれていることだ。『ベロニカ』はDISC2枚組ということもあり、多少慣れてもクリアまでに3〜4時間ぐらいの時間がかかる。この間、徒に長いだけではなく、イベントが数多く用意され、登場人物の性格がはっきりと見えるようになっているのである。

とくに注目すべきは、敵であるアシュフォード家の双子の兄妹だろう。彼らの狂気が全編にわたって滲み出ており、精神の歪みっぷりが鮮明に浮かび上がっている。いままで知性を有している敵が少なかっただけに、この兄妹はインパクト十分で、『ベロニカ』独特の雰囲気を生み出してくれている。

主人公側では、第一作以来久々の登場となるクリスが非常に素晴らしい。脳味噌の半分は筋肉になっていそうなタフガイぶりを見事なまでに発揮して、「やはり『バイオ』の主役はこいつだ!」と思わせてくれるのだ。急な断崖をよじ登ってくる登場シーンや、ラストのムービーなどは、クリスらしさに溢れていて、思わず拍手喝采したくなる名場面となっている。

『ベロニカ』は、従来の流れを汲みつつ、それを全体的にタイトにすることで、絶体絶命の窮地から生還する、という原点の魅力を再現することに成功した。また、キャラクター性を活かした物語を描くことで、解くことが面白さの中核だったシリーズに、ストーリーを楽しむという新要素も追加した。唯一、武器の扱いに関して、スナイパーライフル、アサルトライフル、グレネードランチャーなど、いくつか現実にそぐわない点があるのは残念だが、これとてゲーム性を破壊するほどの問題には至っていないので、あまり目くじらを立てる必要もないだろう。

最後にもう一度いおう。『ベロニカ』は傑作である。プレイしないのはあまりにもったいない。

PROFILE
水野隆志（みずの・たかし）
1968年生まれ。今回は何といっても私邸が気に入った。廃墟となった前庭、紫を基調にした壁の配色、ホールに宙吊りになった首のもげた巨大な人形……。いやもう、ダークサイドの狂気に満ちていてたまらない。

関連作品
バイオハザード（AVG）
メーカー：カプコン／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'96年3月22日
『ベロニカ』は物語的には『1』『2』それぞれの続編だが、全体的なつくりは原点である『1』に沿っている。とくに後半、クリス編に入ってからの雰囲気が酷似している。

バイオハザード コード：ベロニカ（AVG）　メーカー：カプコン／機種：ドリームキャスト／価格：¥6,800／発売日：2000年2月3日

読者コーナーから飛び出して
ついにライターデビュー達成!!

Reader's Critique
3ポイント獲得者

スペースチャンネル5

山岸啓之　プレイ時間：20時間

うららのダンスパフォーマンスは数字の呪縛を解き放てるか

スコアを無視してプレイする事の快感、『スペースチャンネル5』に盛り込まれた様々なアクセントが、気持ちよさを感じさせてくれる。

テレビマンにとって、視聴率の存在は脅威であろう。たかが1%の数字の上下で自分の収入やときには首までもが左右されるのだから。『スペースチャンネル5』の舞台は、まさにそのテレビ局。25世紀末の世界で、主人公うらら（テレビレポーター）がモロ星人に踊らされている地球人を救い出す、という内容。うまく相手の踊りが真似できれば地球人の救出は成功。そしてこんな未来にも「ノルマシチョーリツ」があり、それを満たさなければゲームオーバー。

この「シチョーリツ」、意外と簡単に上がるようになっているので、プレイヤーは忘れてしまってもいい。それでは簡単過ぎて手応えが無い？ 否、意外とそうでもない。なぜならば、数字抜きでも面白いだけの中身があるからだ。例えば救出に失敗するとうららたちの踊りがあからさまに生気を失ったものになる。これは一本道のストーリーによいアクセントをつけている。プレイヤーの実力によってゲームの中の雰囲気が変わってしまうのだから、プレイヤーに双方向性を感じさせるには十分。



モーション豊かなうららのダンスに注目。

また実際身体を動かすわけではないので、踊ってばかりでは飽きる。そこでシューティング的要素をうまく取り入れ、うららにビーム砲を持たせている。しかもその使用頻度が少しずつ増えていくようにして飽きさせないようにしている。ダンスが売りでありながら、しっかりそれ以外の要素が含まれているのだ。

音ゲー以外の要素、という点で言えば、ストーリーの比重が大きい点もこのゲームを考える上で見逃せない。確かに話の内容は在り来たりなのだが、敵を倒す、人を救出する、といった意味付けがなされた事で他の音ゲーとの差異化が図られている。指先の操作に飽きても、それをストーリーがうまくフォローしているのだ。

もっとも、ストーリーがお約束に終始していて物足りない点、さすがに最後の方では踊りのパターンが尽きた印象がある点は惜しい気がする。しかしこれらの工夫が、数字を気にせずにゲームを楽しめる環境を整えている事は間違い無い。数字上げにばかり熱中しているゲーマーにも、数字に追いたてられているテレビマンにも、是非この快感を味わってもらいたい。

PROFILE

山岸啓之（やまぎし・よしゆき）

1972年生れ。大学の文学部を卒業した後、1年の浪人を経て再度社会学部に編入学。かつては教員を目指していたが挫折。'99年4月からはフリーアルバイター。好きなジャンルはシミュレーション。

関連作品

FLAGMAN（ACG）
メーカー：任天堂／機種：ゲーム＆ウォッチ
価格：¥5,800／発売日：'80年6月5日

1〜4の数字がついた旗を、指示通りにボタンを押して挙げていくという簡単なゲーム。単に数字を覚えるより、数字に対応した電子音を覚えてプレイするのが高得点のツボだ。

スペースチャンネル5（音楽ゲーム）　メーカー：セガ／機種：／ドリームキャスト／価格：¥5,800／発売日：'99年12月16日

怒る時に怒らなければ人間の甲斐がありません ―太宰治

加藤羅刹 PRESENTS

今号の駄作2(ツー)

第1回 『アンダーカバー』で「あんたバカァ？」（死語）

というわけでゲーム批評で原稿を書くことになりました！　何を書けばよろしいんでしょうか！

「じゃあ『今号の駄作』をお願いします」（小野編集長）

ズッ！（←大原笑介風コケ）

「ええーだって『今号の駄作』って終了したんじゃないんですか？」

「長期休載していただけです」

伝説の問答無用メッタ斬り企画、長い沈黙を破ってアシュラの如く大復活！　はりきってどうぞ！

「なんだかなぁ……で、その駄作というのは？」

「ドリームキャストのAVG『アンダーカバー　AD2025　Kei』です」

「え、それって原作が『新宿鮫』の大沢在昌氏、ディレクターが『J2』で有名な元ギブロの米田氏という話題作じゃないですか」

「ところがね、酷いんだよ、これが。僕は一晩かかって最初の部屋から先に進めなかった」

「（笑）それは逆の意味で面白そうですね～。分かりました、やりましょう！……でも私、DC持ってないんですケド」

「ああ、いい機会だから買って下さい」

……というわけで「今号の駄作」のためにDC（ついでに『東京バス案内』も）を自腹購入。しめて2万5千円。プレステ2のために貯めておいた金がパーです。トホホーイ。

すでにヤル気50％減の状態ですが、一念発起して『アンダーカバー』プレイ開始。大沢作品のハードボイルドな世界が眼前に広がる……と思いきや、『ダイナマイト刑事』に勝るとも劣らないガッツンガッツンしたキャラが大登場。なんだかなぁ。

さらにゲームを進めると……ワハハ、確かに酷いねコリャ！　最悪なのは操作性。微調整が効かず、思うようにキャラを動かせない。左右を向かせようとすると高い確率でバックステップしちゃう。かなりイライラします。『デスクリムゾン2』のAVGパートと良い勝負です。あ、一応開始10分で次の部屋に進めたことは記しておきます。

加えて挙動不審なカメラワークもゲームの無闇な難度上昇に一役買っています。部屋に入った途端、敵から浴びせられる銃弾、しかし画面では主人公の顔のアップが映し出され、訳も分からぬまま死亡。あまりにも死にまくるんで、しまいには部屋を出る度にセーブしてましたよ。『ウィザードリィ』かっつーの！



ガニ股のホールドアップ姿がかなり笑えます。

シナリオ、敵をホールドアップさせるシステム等は良いんですが、いかんせん技術力が伴ってないのが残念というかナンというか。ゲームファンも原作ファンも楽しめない、完全なる駄作と言い切ってしまいましょう。小野編集長が「今号の駄作」を復活させたくなった気持ち、痛いほど分かりましたよ！　南無南無～。

……ところで、当の大沢氏はこのゲームをどのように思っているのでしょうか。攻略本のインタビューによると……

「（テストプレイ時）コントローラー投げました。ふざけんなよって頭に来まして」

なぁんだ、一緒だね！　ガチャン！（←コントローラーを投げる音）

加藤羅刹（かとう・らせつ）：1969年生まれ。ゲーム業界を暗躍するディレクター。PS2で『男たちの挽歌Ⅱ』をゲーム化したいと思ってるビューティフル・ドリーマーな三十路男。

UNDER COVER AD2025 Kei（AVG）　メーカー：pulse／機種：ドリームキャスト／価格：¥5,800／発売日：2000年1月27日

読者あっての本ですから

■創刊当時のちょっとアレな記事が読みたい。（茨城県　K.M）
□ど、どんな記事？



イラスト：永坂貴志

□めんどくせぇめんどくせぇー息をするのもめんどくせぇどーも読者のみなさんこんにちは読者コーナー担当俺の名前を言ってみろヤマウチです。岐阜県は加藤さんの「読者コーナーは男塾希望。ワンターレン」、もしくは大阪府の森本さんの「ヤマウチさん、次は是非聖闘士聖矢で!!」あたりの要望に次号では是非答えてみたいところですが、ヤマウチ的には「きまぐれオレンジロード」（マジッ？∨小野サン）と考えている次第。というか次回はあるのか？　まぁ細かい話はおいといて。早速読者の熱いお便りから。どうぞ。

■「エロ星」が帰ってきた！　嬉しい！　キャッ！
（新潟県　しらぶ）

■「エロの星の名の下に」復活ーぅ！　エロゲーのバカっぽさって好きです。私はプレイしたコトないけど。電車の中でこのページ読んでたら見知らぬにーちゃんがのぞきこんでいたらしい。ところでパソゲーってヌけるんですか？　グラビア雑誌のように手軽じゃないし…。
（福岡県　ずみとし）

■南サンの「エロの星の名の下に」復活バンザーイ！　涙と精液がとまらない…。
（埼玉県　極力右避け）

□皆さんの大声援にお応えしまして「エロ星」復活!!　ありがとうございますこれでまたエロゲーが楽しめます…（エロ星担当）。つーかでもあれよね、しらぶさんや、ずみとしさんもそうだけど、エロ

■前号読者コーナーにて誤りを発見したためこれだけは絶対言っておきたい。「進め！聖学電脳研究部」が連載されていたのはファミ通PSだ!!　OK？（東京都　佐藤綾）
□あう〜そうでした。

読者あっての本ですから

星は女性に人気あるよね何故か。とっても不思議ちゃんです。あとずみとしさんの疑問ですけど、余裕でヌけます。というかヌきます。涙と精液がとまらないんです。



■そんなに大きく広告募集しているようでは、いつ和議申請するか、心配です。（埼玉県　ガメ野連かいちょ）

□僕も心配です。

■広告が2回目にしてはいらなかったのがなんか情けないです。「ブブカ」や「YKアワーズ」のシークレットサービスの広告なんかどうですか？　人工精霊とかの通販をやってる愉快な会社です。（神奈川県　川瀬哲）

□是非その会社を紹介していただきたい!!

■広告募集って書いてあるけど載せるのにいくら位かかるの？　ちなみにウチはクリーニング屋です。（静岡県　もえちん）

□そんなもえちんさんは今すぐお電話！　公正な批評誌とクリーニング屋さんというのもなんとなく関係があるって感じがしないこともないですし！

■32号の特集は「プレイステーションをかたづけよう」（仮）ですか。得意の終末思想が出ましたね。そうすると次は「ドリームキャストは育たなかった」「消えゆく64」「さよならピカチュウ」あたりですか？（滋賀県　J・BOY）

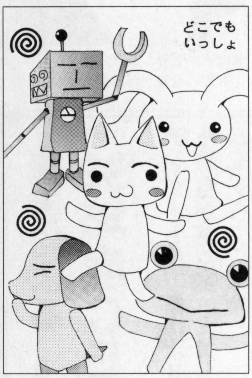
□「さよならピカチュウ」！　それは個人的にちょっと良いね。なんかお涙頂戴っぽくって。でも、もうピカチュウがさよならする事なんてないんだろうなぁ。

■確か創刊2号に「面白いゲームの企画があったら送ってこい。実現するかもしれんぞ」というような発言があったかと思うのですが、あれはまだ有効ですか？（愛知県　シモヤジルシ）

□超有効です。その5年もの間温めていた企画をすぐに編集部まで送りましょう。超有名プロデューサーがっぷ獅子丸先生の目にとまれば知らない間にゲーム化されて…ああ、これ以上はシモヤジルシさんがかわいそうで言えない!!

■ダメーズ復活してほしいにゃ。（秋田県　QED）

□みんなもしてほしいにゃ？



京都府　卯月めい

□先日UFOキャッチャーにてトロぬいぐるみに大金をつぎ込みました。

■なんか最近すぐゲームにあきちゃうんですよねー。時間も金もあるのに何故なんでしょうねー。（青森県　はる）

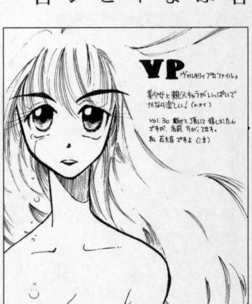
□それはねーゲームが面白くなくなったからですねー。えーそれを言っちゃだめですってー。

■テレビ電話って風俗に利用されやすいコト知ってるのかな大川会長？（静岡県　鈴木）

□それはそれ。CSKのカリスマ大川イサオ会長のコトですから、パチ●コ関係の皆さんに黒く塗った（だけの？）ド●ームキャストを売りさばいた時みたく、風俗関係の皆さんが●リームキャストとドリーム●イをたくさん購入してくれるでウハウハやで～とか考えてはまぁいないということにしておくということで（どういうことで？）。

■なんか最近ゲームを長くやることができなくなってきている今日この頃。なので、プラモ批評とかやっていただけませんか？（北海道　人造人間21号）

□先日WAVEから発売されたプラモデル「電脳戦機バーチャロン・テムジンOMG」。再販の声の高かった商品でもあり、パッケージデザインの変更など力の入った部分もみられた。しかしモデル全体のバランスの悪さ（特に頭部）は



埼玉県　ダメ人間王国右大臣

□この前名前間違えてしまってスイマソン。

■テレカプレゼントは？（愛知県　森弘）

□聞かないでください。

改善されておらず、非常に残念だ。今後の努力を期待したい…とか。ま、作ってないんだけどね。

■元クエストの松野泰巳さんが、スクウェアに入社した理由を是非本人に取材して下さい。気になってしょうがないのです。（埼玉県　亜紀さん私と結婚してください）

□「電撃王」4月号のカプコン岡本さんの対談連載に、その辺のお話が載っているとかいないとかって、でもそれ以上に君のペンネームのほうが気になるっつーの。

■読者アンケートの最近面白かったゲームの投票結果を書けと10000回くらい送ったのに何故集計しないのか？（京都府　松野泰巳と加賀昭三のインタビュー希望）

□そんなに来てないので。



■「ドリームキャストFAN」は何故休刊になったのか？（福岡県　コーヒー好き）

□徳間書店に聞いてください。



北海道　きりしま光太郎

□片方の会社が超心配ですね。

■デコが和議申請!!　スーパーショォー――――ック!!…でした。『サイレントデバッカーズ』は私の心の名作BEST10にも入るのに!!…泣けました。うぅ。『ならず者戦隊ブラッディウルフ』のナイフのみで戦う中ボスが未だに倒せません。（岐阜県　光速☆麦茶）

□未だに『ならず者戦隊～』をやっているのはあなただけなので（超推測）、焦らずじっくりと攻略にかかって下さい。

■『トリオTHEパンチ』がコンシューマに移植されるらしいと知人に聞いてずっと待っていたんだけれど、やっぱり出ないんですかねえ…。（東京都　御心ボンバー）

□人間夢をみることを忘れてはダメです。絶対でないと思うけど。

■PS2で『デッドオアアライブ

読者による'99年度CESA大賞出張版!!

アンケートハガキによせられた読者が選ぶ'99年ベストゲームをずらっと紹介!!　これぞ納得できるCESA大賞!!

■『シェンムー』。というか『シェンムー』のなかの『ハングオン』。（奈良県　うろつきマクド）

■『クィーンオブハート'99』。あ、対象外ですか？（岐阜県　藤田隆之）

□いえ、ヤマウチ的本年度最高対戦格闘ゲームです。

■『俺の屍を越えてゆけ』。やっぱり面白い。今は4回目をプレイ中。自分が作った神が越えられないので、越えるために毎回上位の神様と交わっています。（滋賀県　NEWHOUSE）

■『巨人のドシン1』かなぁ。みんなはさ、緒川たまきサンのナレーションがいいと言うけれど、私は絶対「ソドル」派だ。あの、日没の時に語るセリフがなんかいいよね。聞いていると、ゲームを終えるのがなんとなく寂しくなって。（北海道　黒猫ジジ）

■『シェンムー』。過去の自分の体験とオーバーラップしてエンディングで泣けた。（徳島県　矢野克英）

■『kanon』。エントリー作品にも選ばれなかったのですが、昨年のベストであり、マイベスト5の1本です。（愛媛県　ぷらむりーふ）



地獄県　筋肉絵師

□AYAが好きです。でも釈由美子のほうがもっと好きです。

■「ドリームキャストプレス」はどうして休刊になったのでしょう？（東京都　ザンク）

□毎日コミュニケーションズに聞いて下さい。



千葉県　7000万ドルのゲーム
□ボクは1億分位しか遊んでないっす。

2』を出すテクモが！　ボクは！許せな――――い!!（東京都　海外DC用なんかどうだっていい）

□NAOMI基板でしたしねえ。そりゃDCで出ると思うって話で。でも、PS2のほうが綺麗に乳が揺れそうですよね……（遠い目）。

□前号に引き続き、読者コーナー企画「ボクこの先どーすればよいですか？」になんと3通ものハガキが!!（少な！）　それでは早速皆さんのお悩みズバッと解決!!

■友人に十数年借りたままのFCカセット『ディグダグ』は、もうボクのものにしてしまっても大丈夫ですよね？　かえさなきゃダメっすか？（神奈川県　TQ）

□あなたのものです。

■何年か前に友達に借りたFCカセット『メタルスレイダーグローリー』が、この前押入からひょっこり出てきました。どうすればよいでしょう？（北海道　ハルケンマニア）

□『メタルスレイダーグローリー』は高く買い取ってもらえるので、売るか、もう一度押入に眠らせるのが良いでしょう。

■学生の時にヤマウチに借りた『エリア88』が掃除していたら出てきました。返して欲しい？（京都府　テラシマ）

□返せバカ（無事返してもらいましたが、何故か5巻と6巻がありませんでした。以上ご報告まで）。

□とりあえず今号はこんな感じで!!　果たして次号読者コーナーは？　なにもかも決まらぬママにアーディオ――――ス!!



■「エロ星」では何故「こみパ」「kanon」「ママトト」なんかが取り上げられないのでしょう？（大阪府　やま～）
□見て分かるように全て南サンの趣味に合わないからです。

■ズバリ『Dの食卓2』。批評ではあまりウケが良くなかったですが、ボクはラストの「愛」に大感動して半泣きになりました。ENOさんスゴイ!!（東京都　街みか後継者希望）

■『サイレントヒル』。最近「音ゲー」「偽バイオ」「可愛い女の子を入れただけRPG」等ばかりで残念。デコもパズルやギャルゲーでなく本来の路線で勝負して欲しかった。（東京都　竹之内毅）

■『シーマン』。これまでゲームに無関心だった母がのめり込んだソフト。音声認識ってすごいねと思った。（東京都　貴一）

■ときメモドラマシリーズvol.3『旅立ちの詩』かな？　この歳にもなって考えふけってしまいました。うーん、精神がささくれだっていたからなー。（福岡県　迎貴久）

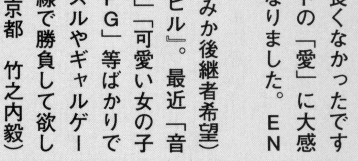
■やっぱりみんなで遊べて激烈に盛り上がれるという点でN64の『スマッシュブラザーズ』に決まり!!（静岡県　牧田憲介）

■『どこでもいっしょ』。覚えてる言葉は「ナチスドイツ」（外国）「ジークジオン！」（終わりの挨拶）「きいてきいて」（はじめの挨拶）等。（北海道　上口都市伝説）

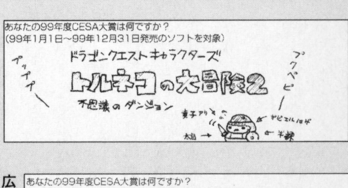


埼玉県　極力右避け
□あまりの迫力に掲載してしまいました。

高知県　EAP



広島県　上野忍



■ゲーム批評も休刊するのでしょうか？（山口県　カッタ君帰ってきて）
□編集長に聞いて下さい。

読者による批評のページ

Reader's Critique

読者だからわかることもあるし、読者にしかわからないこともある。そんな「読者による批評」が満載のこのコーナー。あなたも新しいゲームの視点に触れてみませんか？

一般投稿部門

プロ野球のキャンプ情報を聞くにつれ、春が来たなぁと思う今日この頃。この号が出る頃にはシーズンも開幕していると思いますが、どうなんでしょうね今年の千葉ロッテは。なんだか去年も同じことを書いたような気もしますが、気にすまい。俺達の埃、いや誇り千葉マリンズと唄いながら、球場で一緒に応援しませんか？というわけで（どんなわけで？）読者批評の始まりです。

さらば『バイオハザード』

遂に『バイオハザード』最新作『コード：ベロニカ』が発売された。ストーリーデモの部分では、リアルタイムポリゴンの恩恵によりカメラが自在に動き回り、内容も一級品。映画との比較がナンセンスになる日も近いのでは、と思わせた。

　しかしアクションゲームとしての『ベロニカ』はどうなのだろう。全体的に見て、よりリアルに、難しくなっている。確かにこの2つは『バイオ』の魅力でもあるのだが、それがプレイヤーをより不利に、不快にさせる方向に向かっているのが気にかかる。

　たとえばクリアに必須ではないが無いと非常に苦労する武器やアイテムをアイテムボックスに収納しておかないと、後に「事実上のハマリ」が起きてしまったり、正確すぎる当たり判定のため、なかなか当たらないボウガン。ボスによっては通常の回復薬では治癒不可能な毒を使ったり、一発食らうと確実にあと3、4発はダメージを受ける攻撃。挙げ句の果てには即死攻撃まである。「洋ゲー」「理不尽」というレベルに近い。

　『3』までの『バイオ』は、一見ゲーム的に絶望的な状況に置きながら、初めてのプレイでも敵をカッコ良く倒したり、攻撃を避けながら何とか先に進んだりと、アメとムチを絶妙に使い分けながら「何とか進めてしまう、だから怖い」となるよう細心の注意を払っていたと思う。しかし今回の「知らなければ死ぬ」「ちょっとずれたら駄目」という作りでは、「現実にこんな目にあったらこんなもの」という感覚は味わえるが、駆け引きの感覚は味わえない。これがサバイバルホラーというなら、それはもうゲームではなく「現実性を帯びた仮想体験」をさせるソフトなのだろう。

　最後に。本当に私を絶望させた

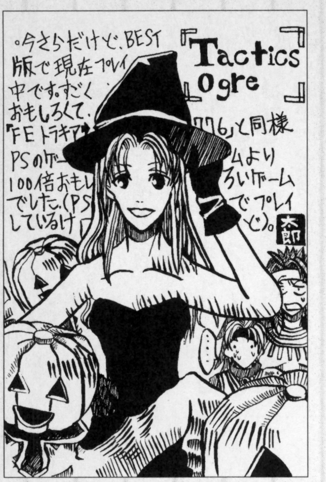


映像的表現がより進歩した『ベロニカ』

バイオハザード コード：ベロニカ（AVG） メーカー：カプコン／機種：ドリームキャスト／価格：¥6,800／発売日：2000年2月3日

のは『ベロニカ』がユーザーにおおむね好評らしいという事実である。これではカプコンもこのまま発展させて良いと解釈し、ゲームを離れてリアルを追求した『バイオ』を作っていくだろう。それでも私は叫び続ける。「間違っている!!!」と。（千葉県　木戸口明男）

確かに『コード：ベロニカ』は過去の『バイオ』シリーズとはゲーム性が微妙に違う印象があります。繰り返しの楽しさよりも、1回のプレイの満足度が上がった。それを肯定的に捉えるか、否定的に捉えるかで、『ベロニカ』の評価は分かれるのでしょう。本文116頁からも批評を掲載していますので、合わせてご覧下さい。



岐阜県　太郎

甘口になった『ポケモン金・銀』

プレイした率直な感想として面白いと思いました。最近の無駄に長いRPGにうんざりしていた私としては、久しぶりに能動的にプレイできました。

しかし、前作の『赤・緑』に較べると面白さが後退しているように思います。『ポケモン』というとモンスターを集めるという側面だけが注目されますが、しかし実際はRPGとして非常に優れたゲームでした。仮にモンスターを収集するという要素が無く、最初からパーティメンバーが固定されていたとしても、なお傑作と呼ぶに値するゲームだったと思います。

そういう点から言うと『金・銀』は後退している。幼稚園児に配慮したのかもしれませんが、難しい地形パズル的な要素がかなり減少しています。私が地形パズルと言ったのは、たとえば岩をいろいろ動かしながらダンジョンを攻略したりすることです。『赤・緑』ではそうした要素が効果的に散りばめられていたと思います。しかし『金・銀』では、せいぜい最後のジムの手前の「こおりのぬけみち」が少しやっかいな程度です。

『ドラクエ』にせよ『ゼルダ』にせよ、地形パズルが面白さの大きなポイントだと思います。

やはり行き詰まりがあって悩むからこそ、それを打開し、新しい街を発見する喜びがあるのです。

昔、初期の『ドラクエ』をプレイして私は「ゲーム機が進歩してマップがもっと広がれば何百倍も面白くなるだろうな」と考えていました。しかし事態は逆でした。マップが広くなるほど、ただ単に進んでいくだけの単純なRPGが増加してしまいました。次の街にたどり着くのが困難であるという『ドラクエ』的な方法は、狭いマップでいかに長時間遊ばせるかという苦肉の策だったのかもしれませんが、それこそが面白さの本質でした。たとえば『FF』などでは主人公、あるいは仲間が目的地への道をあらかじめ知っていることが多く、次の目的地を探して発見する喜びがありません。多くのRPGが『FF』的になっていく中で、システムが『ドラクエ』よりの『ポケモン』には期待しているのですが、子供向けに甘口にされたのが残念です。ちなみに最後に言うと子供はかなりゲームが上手かったりします。子供が遊ぶからといって難度を下げる必要はないと考えます。

（神奈川県　Lexo-tan）

幼稚園児に配慮したというよりRPGを知らない人に配慮したのだと思います。RPGの魅力の一つがマップ探索を含むパズル性にあるのは真実ですが、凝りすぎると一部のファン以外は解けなくなる。ご指摘の『FF』も、戦闘部分では属性攻撃などパズル性の高い仕掛けがあり、『FF』の文法を知らない人には敷居が高くなっていると思います。ただ昔ながらのRPGファンにとって、『金・銀』はヌルく感じられたのも事実。ゲームの一般性について考える必要がありそうです。

ポケットモンスター金・銀 (RPG)　メーカー：任天堂／機種：ゲームボーイ／価格：¥3,800／発売日：'99年11月21日

ライター志望部門

さて、ここからは本誌ライター登竜門「ライター志望部門」です。今回のお題は「プレイステーション」。カートリッジからCD-ROMなど、大きく様変わりした国民機を、PS2登場を機会にユーザーの視点で総括をしようという試みでしたが、どのような批評が集まったのでしょうか。

PSのRPGは NHKの朝の連ドラ?

2Point

NHK朝の連続テレビ小説がおもしろくないのである。

唐突だけどPSのRPGについて考えていたら右のフレーズが浮かびました。これまでRPGのイメージは映画かなと思っていたんだけど、最近はどうも朝の連ドラのような気がする。

朝の連ドラはおもしろい。冒頭と矛盾しているけれど、やっぱ何十年も続いて朝の忙しい時間に高い視聴率を稼ぐのはやっぱり面白いから。それも毎作面白い。

なのになぜか1シーズン前のドラマの内容が思い出せない。『あすか』えーっと、たしか和菓子職人の女の子がバブルで増長してはじけてオバサンになった話——だけど細部が思い出せない。

PSのRPGがそうなんです。プレイしている間はすごくおもしろかったはずなのに、ラスボスとかは思い出せるのに、経過が記憶から欠落している。内容も盛りだくさんなのに、いや、だからこそベクトルが分散していて、ラストに向かって気持ちが徐々に盛り上がっていく—という感覚がない。

冒頭から結末までを一つのドラマとして見た場合、主人公は次々に起きるイベントに翻弄されるばかりで、主体的に動いていない。主体性を持っている部分も当然あるのだけど、畳みかけるようにイベントが起きるので、本来強調されるべき部分の印象が薄れてしまっている。プレイヤーを鼓舞するはずのムービーシーンも、物語としての重要さより格好いいシーンに多用される傾向がある。

こうなってしまった原因はPSの容量にあるのではないか。

SFC時代はいたるところでイベント削除の形跡が見て取れた。でもPSでは見たことがない。一見良いことのような気もするけれど、物語の整合性だけを言うならば、削除してもいいイベントは削除すべきだったりする。表現したいイベントを全て入れられる懐の深さがPSにはある。けれど必ず通らなければならないわりに、主人公の成長にも情報の入手にもラスボスを倒すためにも役に立たないイベントは、物語として意味を持たない。

もちろん連ドラが全体よりも日々のノリを重要視しているように、ゲームにとっては物語より重要なものもある。物語としての整合性より遊んだ面白さの方が優先されるのは当たり前。電源を入れている数時間のノリがよければクリアした後になにも残らなくても良いというのも、正しい選択である。しかし実際は過剰に波瀾万丈の物語作りのためにイベントを盛り込んでいるように見える。

時計がわりにつけている連ドラならともかく、税込み7000円を払って50時間以上腰を据えてプレイするゲームが何も残してくれない現状は寂しい。ノリの良さは連ドラと小粒な佳作に任せて、大作は心に残る物語を体験させて欲しい。

（福岡県 ずみとし）

RPG朝の連ドラ論は新しい指摘ですね。視点の面白さで採用しました。連ドラがテレビ独自の物語形式のように、RPGもゲームならではの物語形式の発明が求められている…と言われ続けて久しいのですが、なかなか答えの幅が広がらないようです。50時間も遊んでいるんだから、最初の頃の伏線なんか忘れたよ、と言われがちなのも事実。なら日々の2、3時間が面白ければいい、というのも一つの回答なのかもしれません。遊び手としてはもっと様々な回答がみたいのですが…。ずみとしさん2ポイント目を獲得です。

PSシリーズのCPUとメモリのアンバランスさ

1 Point

ゲームを語るに、やたらハードのスペックを云々するのはどうかとも思うが、今回は敢えてRAM＝メモリの話をしてみたい。

プレイステーションの普及で今や標準となった、高性能チップ＆CD-ROM（GD、DVD-ROMでも同じ事だが）とメモリとの、奇妙な関係について。

PS発表当時、その表現力や大容量CD-ROMがゲーム誌上を賑わしている中、私は「RAMが2メガ？　大丈夫か？」なんて心配をしていた。オツムの良さに対して随分と貧弱に思えたからだ。ハードが高速CPUや優れたグラフィック能力を持ったからには、人は当然、発売されるソフトにはそれに見合ったパフォーマンスを期待する（とりわけ映像表現）。ところが、作り手が世間のそうした無言の要求に応えた上でゲームという娯楽を作り上げようとすると、メモリ2メガバイトはかなり「キツイ」事に気づくのだ。

メモリ容量は、ハードのコストダウンを図る際に、まず削られる部分の一つだ。単価が高い上に価格変動が激しくて安定供給が難しいわりに、ユーザーにはわかりやすいウリにならないからである（新ハードのスペック表を見て新しいゲームの姿を夢想する時、メモリ容量をその材料にする人がどれだけいるだろう？）。CDに何百メガ入ろうと、実際に意味あるデータとして動作できるのはメモリに乗る分だけだというのに！

そういったメモリの不足が生む「縛り」のわかりやすい例としては……例えばよくあるスタイルのシミュレーションRPG。自軍ユニットの全てをマップ上に投入できず、参戦キャラを選抜しなければならない事があるのは、なにもゲームバランス上の要求からばかりではなかったりする。

とはいえ現実には、そんな「キツイ」メモリ容量内で工夫を懲らしたゲームは数多作られ、名作と呼ばれるものもたくさん登場しているのは周知の通り。だからまぁ「なんだ問題ないじゃん」と言えば言えるのだが、もしかしたら、今までのゲームとは違う、新しい面白さを生むアイデアが「もっとメモリがあれば」とアイデアのレベルで留まってしまっている事があるのではないかと、ついつい心配してしまうのだ。メディアの容量よりメモリ容量の方が、ゲームそのものに与える影響は大きい。ユーザーは贅沢で飽きっぽく、またそれが正しいのであるし。

PSを中心とする「次世代機」と呼ばれたゲーム機がもたらしたメモリと他の性能とのいびつなバランスは、スケールアップしつつ何ら変わらぬまま後の新機種に、言わば流れ＝常識として持ち越されているように見える（メモリが8倍、16倍と拡大しても、チップの能力はそれ以上の倍率で向上しているわけであるし）。

そして件の心配も、より高性能化したPS2にそのまま持ち越されるのだ。「RAMが32メガバイト？　大丈夫か？」

（埼玉県　横弥真彦）

PSのメモリが2メガバイトというのは、SFCの16メガビットROMカートリッジと実は同じ容量。もちろん要所要所でデータを読み込めば良いのですが、スポーツゲームなどゲームの途中でデータロードがしにくいタイプのゲームは、実はCD-ROMの恩恵が受けにくかったりします。PS2で16倍に増えたメインメモリも、テクスチャーデータなどで容量がかかるのは必至。PS2の意外な泣き所になるかもしれません。横谷さん1ポイント獲得です。

ーーーーーーーーー

さて、皆さんにお知らせがあります。以前から（一部で）要望の高かったネットでの投稿が可能になりました。メールアドレスはghihyou@microgroup.co.jp。ちなみにゲーム批評ホームページアドレスはhttp://www.microgroup.co.jpです（表紙右上にも記されています）。また「読者本3」で見事3ポイント獲得された山岸さんの批評も、今号掲載されました。山岸さんに続いて、どんどんライターデビューを果たして下さい。次回のテーマは「PS2」。みなさんの力作、お待ちしています。

各コーナーへのお便り、投稿は 〒104-0041 東京都中央区新富1-3-7ヨドコウビル1F ㈱マイクロデザイン出版局『隔月刊ゲーム批評』編集部読者コーナー/RC係またはghihyou@microgroup.co.jpまで。RC係の投稿には一般投稿かライター志望かをご明記下さい。次回締め切りは5月1日（必着）。

『ゲーム批評』の編集方針

ゲームを批評するとは、どういうことなのでしょう。
今日のゲーム雑誌の多くは、メーカーとの結びつきから、
ゲームソフトを公正に表現することが難しい状況にあります。
私たちは「ゲーム批評」の発刊にあたって以下の指針を定めました。

・テレビゲーム業界の広告を入れないことで、各メーカーとの距離を公正に保ち、『ちょうちん記事』に類する原稿は掲載しない。

・ゲームソフトには商品（企業力が評価を左右する）と作品（制作者の優劣が評価を決める）の二面性があり、共に尊重するが、商品よりも作品としての立場をより尊重する。

・批評の際にはソフトを終わらせ、制作者の意図を読みとる努力を前提とする。ゲームソフトを数時間プレイしただけで点数をつける、といったやり方は行わない。

・批評は、感想文でも中傷でもなく、建設的な考えのもとに行う。

・批評は、主観に負うものなので、ひとりよがりになりがちだが、広い視野を持ち作品の背景を把握する努力を行う。

・批評に取り上げるソフトは、編集部がなんらかの意義があると判断したものにする。

・評者および編集部は、ソフト批評に責任を持ち、事実誤認についてはすみやかにメーカー及びユーザーに謝罪する。だが、意見の相違については、納得いく回答が得られるまで意見を撤回しない。

上記の方針のすべてを完璧に実現するには、
私たちは力不足かもしれません。
しかし、ゲームという文化の健全な成長のために、
私たちは努力しています。
そのための「ゲーム批評」なのです。

ゲーム批評編集長　小野憲史

ゲーム批評2000年3月号　プレゼント当選者発表

●マイクロデザイン
特製テレフォンカード（30名）

北海道　大野孝志
北海道　長濱康浩
青森県　小比類巻友祐
岩手県　本城勝志
秋田県　佐々木拓郎
山形県　生田淳二
山形県　富樫多佳志
茨城県　蔵本多聞
埼玉県　岸洋一郎
千葉県　松岡まゆみ
千葉県　丸山聡史
東京都　柿島馨
東京都　木崎貴弘
東京都　小林功奈
東京都　佐藤浩一
東京都　佐藤泰輔
東京都　田村一裕
神奈川県　中川幸弘
岐阜県　加藤祐二
岐阜県　金田慶子
岐阜県　藤田隆之
静岡県　戸塚和人
静岡県　山島順一郎
静岡県　牧田憲介
京都府　福島聡
大阪府　小川理絵
兵庫県　森田伸治
奈良県　永見康介
岡山県　正木博之
広島県　山川剛信

※当選品の発送は2000年4月20日までに終了する予定です。未着の方は編集部までご連絡下さい。ただし、4月末日を過ぎてからのお申し出は無効になりますのでご了承下さい。

バックナンバーのご案内

Vol.1、2、15、16、22、「ディアブロアートガイドブック」は現在品切れ中です。

<Vol.3>'95年4月発行775円（税込）■特集1「次世代機を斬る！」●セガの本気 セガサターン●ソニーの自信 プレイステーション他■特集2「ゲームスクールの実態」**<Vol.4>'95年7月発行775円（税込）**■特集1「帝王任天堂の悲哀と栄光」●ウルトラ64はすべてを凌駕できるのか？他■特集2「確信!!シミュレーションゲーム」**<Vol.5>'95年9月発行775円（税込）**■特集1「新世代ゲームの葛藤」●アーク ザ ラッドは「新世代RPG」の扉を開けたのか他■特集2「ゲームの批評とは何か」**<Vol.6>'95年11月発行775円（税込）**■特集1「衝撃、キャラクターゲーム」●魔法騎士レイアース キャラクターゲームにおける新しい道標他■特集2「裏ソフトの『濃密』な生態」**<Vol.7>'96年1月発行775円（税込）**■特集1「RPGの本質とは何か」●ドラゴンクエストⅥ RPG最高峰の説得力他■特集2「決着!?サターン VS.PS」**<Vol.8>'96年3月発行775円（税込）**■特集1「スクウェア幻想の真実」●FFⅦ PS参入の衝撃！他■特集2「今が旬の制作者たち」**<Vol.9>'96年5月発行775円（税込）**■特集1「胎動…アドベンチャー」●バイオ ハザード体験する「恐怖」の可能性他■特集2「ユーザーとメーカー存在を示すもの」**<Vol.10>'96年7月発行775円（税込）**■特集1「ゲームは誰が作っているのか」●私たちは誰を評価すればいいのか他■特集2「徹底！シューティングゲーム」**<Vol.11>'96年9月発行775円（税込）**■特集1「どこまで出来る!?NINTENDO64」●N64 発売が意味するもの他■特集2「デザインするゲームたち」**<Vol.12>'96年11月発行775円（税込）**■特集1「注目メーカー全特集」●カプコン～完璧を目指す華やかな格闘帝国他・クリエイターの原体験　横井軍平・特別対談ナイツスタッフ×本誌編集長**<Vol.13>'97年1月発行775円（税込）**■特集1「今のゲームっておもしろいのかよ」●ゲーム離れが囁かれる現状とは!?他・クリエイターの原体験　亙重郎・告発！ 美少女ゲーム業界**<Vol.14>'97年4月発行798円（税込）**■特集1「個性派ゲーム大特集」●カッコワルイがカッコイイ時代の到来他・クリエイターの原体験　安田朗・特別企画「業界に広がる波紋」**<Vol.17>'97年10月発行780円（税込）**■特集1「格闘ゲーム、飽きねぇか？」●かげりの見えてきた格闘ゲームブーム他・クリエイターの原体験　薗部博之**<Vol.18>'97年12月発行780円（税込）**■特集1「ゲーム業界、ここがカッコわるい!?」●ゲーム、メーカー、クリエイター、マスコミのカッコ悪いこと他**<Vol.19>'98年2月発行780円（税込）**■特別特集「一冊丸ごと、ソフト批評!!」●ABE a GOGO、グランディア、チョコボの不思議なダンジョン他・クリエイターの原体験　百田郁夫・検証、ポケモン事件の真相**<Vol.20>'98年4月発行780円（税込）**■特集1「売れるゲーム、売れないゲーム」●『セツ風の島物語』が映し出す業界の歪んだ現実他■特集2「中古ソフト販売は悪か？」**<Vol.21>'98年6月発行780円（税込）**■特集1「それじゃ、ゲームの面白さってなに？」●スクウェアの台頭、任天堂の苦悩他■特集2「今、ゲームマスコミに求められているもの」・新連載「ゲーム業界、明日はしらない。」**<Vol.23>'98年10月発行780円（税込）**■特集1「来るか!?NINTENDO64」●異色組織、マリーガルの目指すもの他■特集2「通信ゲームってどうなんだ？」・特別企画 大槻ケンヂ「ゲーム歴三年目にして今思う」第二弾・クリエイターの原体験　小松千佐子**<Vol.24>'98年12月発行780円（税込）**■特集1「掟破りのソフト批評スペシャル」●禁断の発売前ソフト批評、忍者・探偵ゲーム特集他■特集2「徹底追求 ゲームと著作権を巡る諸問題」・新連載「岡本吉起の言わしてもらうで」「失われた伝説を求めて」**<Vol.25>'99年2月発行780円（税込）**■特集1「こんにちは、ドリームキャスト」●サードパーティが語るドリームキャストの現状と展望他■特集2「音楽ゲームの過去、今、未来」ゲーム業界トピックス「『ゼルダの伝説 時のオカリナ』その発売周辺事情を探る」「ゲーム流通、変革の時」他**<Vol.26>'99年4月発行780円（税込）**■特集1「FFⅧは何だったのか!?」●FFⅧを巡る経済効果、FFⅧ批評他■特集2「携帯ゲームブームの謎」ゲーム業界トピックス「PS2、『サクラ大戦』、任天堂新ハード……様々な思惑に沸く'99年ゲーム戦線」**<Vol.27>'99年6月発行780円（税込）**■特集1「話題！ 問題？ 次世代PS」●次世代PS発表が業界内外にもたらした波紋■特集2「アーケード氷河期」ゲーム業界トピックス「任天堂＆松下、電撃提携！　新ハード発表は何を意味するのか」「セガ・エンタープライゼス　夏攻勢に隠された真意とは」**<Vol.28>'99年8月発行780円（税込）**■総力特集「テレビゲーム温故知新」●古きをたずねて新しきを知る超特大企画！■2号連続特集「中古ソフト問題」中古ソフト流通 合法の判決下る!!　**<Vol.29>'99年10月発行780円（税別）**■総力特集「面白いゲーム、知らない？」●スペシャル対談　任天堂・宮本茂×セガ・名越稔洋他■緊急特集「ＶＪ問題」の真実

<Vol.30>'99年12月発行780円（税込）



■「ネットゲーム、呪縛と新生」

■巻頭レポート・シェンムーは本当に大丈夫なのか？
●スペシャル対談　小島秀夫×塚本晋也
■緊急特集　中古ソフト問題
東西で分かれた判決の示すもの
●追悼企画　さらば愛しのヒューマン・アドベンチャー　他

<Vol.31>2000年2月発行780円（税別）



■「育ちすぎた巨人、RPG」

●ＲＰＧソフトレビュー特集
■「へっこんでも、気にしないぞ」
ミレニアムスペシャル対談
パーラム・飯田和敏×セガ・水口哲也
●データイースト応援企画　ゲーム批評はデコを応援します

別巻

飯野賢治の本　'96年9月発行　764円（税込）
読者あっての本ですから　'97年4月発行　787円（税込）
RESEARCH ON BIOHAZARD 2-final edition-　'98年9月発行　2520円（税込）
電脳戦機バーチャロン　オラトリオ・タングラム ULTIMATE MISSION　'98年12月発行　1480円（税込）
悪趣味ゲーム紀行　'98年12月発行　1260円（税込）
すごいエロゲー烈伝！　'98年12月発行　1029円（税込）
アニメ批評創刊準備号　'99年1月発行　924円（税込）
読者あっての本ですから2　'99年2月発行　787円（税込）
仮面ライダー メイキング　'99年5月発行　3150円（税込）
ゲーム批評サンダー　'99年9月発行　890円（税込）

※現在、バックナンバーの直販は行っておりません。書店のみの取り扱いとなります。ご注文の際は右記の注文書に号数・注文数・住所・氏名・電話番号をご記入の上、お近くの書店にお申し込み下さい。（コピー可）

客注扱い

書店（帳合）印

販元：マイクロデザイン出版局
TEL03-3206-1641/FAX03-3551-1208

お名前
ご住所　〒
TEL　（　　）

ゲーム批評 Vol.（　　　　） Vol.3～13　738円、Vol.14　760円、Vol.16～　780円（Vol.16～は税込み価格です）		各　冊
ゲーム批評総集編（　　）年（　　）半期 '96年上半期・下半期　各1437円、'97年上半期・下半期・'98年上半期　各1400円		各　冊
飯野賢治の本	728円	冊
読者あっての本ですから	750円	冊
RESEARCH ON BIOHAZARD 2-final edition-	2400円	冊
電脳戦機バーチャロン　オラトリオ・タングラム ULTIMATE MISSION	1410円	冊
悪趣味ゲーム紀行	1200円	冊
すごいエロゲー烈伝！	980円	冊
アニメ批評創刊準備号	880円	冊
読者あっての本ですから2	750円	冊
仮面ライダー メイキング	3000円	冊
ゲーム批評サンダー	848円	冊

EDITOR'S ROOM

俗にゲーム業界は5年周期と言われます。ゲーム機のサイクルが約5年周期で回転し、新ハードの発売を契機に業界が大きく変わることを指しているようです。弊誌が創刊した'94年は、PSとSSが発売され、大きく業界のルールが変わり始めた年でもありました。そして今、PS2が発売され、また大きく業界が変わろうとしています。それに合わせて弊誌もまた、新しいステージへと進んでいきたい。螺旋階段を一周するように、初心に戻りつつ着実にステップアップを果たしたいという思いで今号の編集作業を進めたのですが、どうでしょうか。また長い間放置していたホームページも、リニューアルして再開しました。ご意見をお寄せ下さい。

また、今号で松井・山内両編集部員が編集部から離れることになりました。長い間お疲れさまでした。新天地でも頑張って下さい。（小野）

今日は僕のライブに来てくれて、本当にアリガトウ！　お別れするのはつらいけど、次が最後の曲です。心をこめて歌います。「伊勢エビキャッチャーの詩」、聞いてください…「♪ああ〜広い海〜広すぎる海〜無限の抱擁〜塩辛い水〜生まれながらに自由な活動〜誰も僕を殺せない〜（ラルルラ〜）だけど〜今では〜暗い箱の中〜（ラルルラ〜）♪ああ〜狭い箱〜狭すぎる箱〜死骸の同胞〜小汚い水〜生きていながら地獄の責め苦〜誰か僕を助けてよ〜（ラルルラ〜）早く〜帰して〜広い海の中〜（ルルラルラ〜）」…いかがでしたか。では、また、お会いしましょう。さようなら。（バイキング松井）

AOUショーに行ってきました…が、これが寂しいショーでした。ブース面積は去年の半分。出展していないメーカーも幾つかあって。ゲームのほうで目にとまったのはコナミの『パンチマニア北斗の拳』、ナムコの『ゴルゴ13』ぐらいでしょうか。どちらもゲーム性云々ではなく、素材を生かした演出が良いねということですし。あ、でもナムコの『アクアラッシュ』はちょっと良かったです。あと、カプコンのお姉さんも（これが言いたかった）。さて、話は全然かわりますが、ヤマウチは今号をもって編集部を去ることになりました。応援してくれた読者の皆さん本当にありがとう。これからもゲーム批評をよろしくお願いしますね。（ヤマウチ）

2人の偉大なる先輩たちの旅立ちにより、どこぞより召喚されました、タンヂというモノでございます。一応、新人なんですけど、締め切り間近で召喚されたために、予定していたバンドのライブにも行けない程にビシバシ働いておりますです、ハイ。出来ることからコツコツと、という訳で、これから頑張っていきますんで、よろしくです。（タンヂ）

----今号コレばっかやってました----

小野『東京バス案内』（DC）……街おこしの一環として山口県徳山市版も作って下さい。
バイキング松井『雷電プロジェクト』（PS）……PS2買ったのに、こればっか。
ヤマウチ『箱庭諸島』（PC）……『ゲノム』と『シムシティ』をあわしたようなネットゲーさ。
タンヂ『仕事』（ETC）……日々勉強の毎日でした。ネムイ。

隔月刊 ゲーム批評 5月号

ゲーム批評Vol.32
第7巻第5号通巻53号
2000年5月1日発行
定価780円（税込）

STAFF
発行人　武内静夫
編集人　武内静夫
編集長　小野憲史
デスク　松井　真
編集部　山内智和
丹治正行
販売営業　長谷川安次
河合秀晃
広告営業　小山睦男
五十嵐健一
デザイン　有限会社エストール
城　信行
印刷　図書印刷株式会社

（株）マイクロデザイン出版局
〒104-0041 東京都中央区新富1-3-7
ヨドコウビル
編集部　TEL.03-3551-9563
FAX.03-3551-1208
販売部　TEL.03-3206-1641
FAX.03-3551-1208
広告部　（株）キルタイムコミュニケーション
TEL.03-3555-1202
FAX.03-3297-0180

次号
『隔月刊ゲーム批評7月号』
は6月3日発売予定

●メーカーのみなさまへ
事実誤認については、すみやかに謝罪いたします。また、意見の相違、本誌批評に対する反論などございましたら、ご一報ください。

隔月刊 ゲーム批評 7月号予告

JULY

総力特集

それで、PS2は本当に面白いのか？（仮）

ついに発売されたPS2。一般誌が、経済誌が、そしてゲーム誌が様々な角度からPS2について書き立てた。だがちょっと待て。新作ソフト一覧表でも株価でも攻略記事でもない、PS2の文化的価値とは何なのか。ひらたくいえばPS2ソフトは本当に面白いのか。様々なエンタテインメントがユーザーの余暇時間を奪い合う娯楽飽食の時代、PS2は新しい遊びの地平を見せるのか、徹底検証する。

その他、ゲームソフト批評（あいたくて…your smile in heart／ワールドスタジアム4／ヘキサムーン・ガーディアンズ／ワーネバ・アイランド／スーパーロボット大戦α／モンスターファームバトルカード／タイニーバレット／MARVEL VS. CAPCOM2 New Age of heroes／星のカービィ64／ちゃんばらファイター／ゼルダの伝説 ムジェラの仮面等々）、連載陣も絶好調!!!!!!

次号「隔月刊ゲーム批評7月号」は2000年6月3日発売!!

予告内容は都合により変更になる場合がございます。

★2人も減ったぞ、大丈夫かゲーム批評!!!!!!!!!!!!!

というわけで、編集スタッフの急遽激減により、いつにもましてゲーム批評編集部では編集スタッフとライターを大募集いたします。とくに制限などありませんが、東京近郊にお住まいで編集部に来られる方は歓迎いたします。編集部・ライターなど実務経験のある方、専門知識に優れた方、フリーの方は特に歓迎いたします。我こそは、と思われる方はゲームの批評原稿（タイトル・形式は自由）、もしくは雑誌などに採用された原稿と、履歴書を同封の上、ゲーム批評編集部「スタッフ・ライター募集係」にお送り下さい。

採用の場合は編集部からご連絡いたします。応募から2ヶ月が経過しても連絡がない場合は不採用とご了承下さい。また応募書類は返却できませんのでご注意下さい。

「今のゲーム批評は面白くないんだよ！　オレが面白い雑誌に変えてやるぜ！」という熱い魂と情熱を持った方のご応募をお待ちしております。一緒にゲーム批評を面白い雑誌にしていきましょう！

応募先
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7　ヨドコウビル
㈱マイクロデザイン出版局　ゲーム批評編集部
「スタッフ・ライター募集係」（担当：小野）

平成12年5月1日発行第7巻第5号通巻53号 発行人:武内静夫 編集人:武内静夫 発行所:マイクロデザイン出版局 〒104-0041東京都中央区新富1-3-7 TEL03-3551-9563(編集) FAX03-3551-1208

定価:780円 本体743円

雑誌 03679-5

T1103679050785

50円切手をお貼り下さい。

花粉症によく効くツボ

POST CARD

1040041

東京都中央区新富1－3－7 ヨドコウビル1F

マイクロデザイン出版局

隔月刊 ゲーム批評 編集部 Vol.32アンケート係行

フリガナ 氏名	P.N.		
	職業	年齢 歳	性別 男・女
〒　住所			
本誌以外でよく読む雑誌名（複数可・以下同）			
最近面白かったゲームソフト名			
買いたいと思うゲームソフト名			
ゲーム批評で読みたい記事は何ですか？			
ゲーム以外で興味のあることは何ですか？			

面白かった記事を目次の番号で記入して下さい（3つまで）。

つまらなかった記事を目次の番号で記入して下さい（3つまで）。

この本を購入した理由。

PS2本体、ソフトは購入しましたか?
タイトル名・理由などありましたら教えてください。

中古ソフト問題に関して、ACCSの試案をどう思われますか?
（本誌P72〜77参照）

本書に対するご希望や気づいた点など、何でもけっこうですのでお書きください。

アンケートにお答えくださった方の中から抽選で30名の方に、
マイクロデザイン特製テレホンカードを差し上げます。